Les grandes tendances de l'emballage

Décembre 2016 - Janvier 2017 25MAD / 5€ / 6$ N° 73

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

ADDT 1409 COMPAD Adresse BP 20028 Hay-Essalam – 20203 Casablanca

Menu de fête 100% marocain

Chocolat : comment le déguster?

Adaptation de l'agriculture africaine

Génération Z
Et changement climatique

Marché Halal
Comment y participer?

Enquête : Les superaliments
le sont-ils vraiment?

RESAGRO
Le mensuel des décideurs

SAMSUNG

RÉVOLUTIONNEZ
VOTRE EXPÉRIENCE DE LECTURE

SAMSUNG
Galaxy

Vos magazines préférés à portée de main avec Papergarden exclusivement sur Samsung Galaxy Apps

Disponible sur
Papergarden

Alexandre Delalonde
Directeur de publication

Claude Vieillard
Responsable de rédaction

Service commercial
contact@resagro.com
Tél. : (+212) 522 24 22 00
(+212) 672 22 76 10
(+212) 672 22 76 58

Yves Hazette
Consultant publicitaire
(+212) 672 70 42 08
yves.resagro@gmail.com

Safia Ouakil
Directrice administrative et financière

Mohamed El Allali
Directeur artistique / Chef de projets web

Dominique Pereda
Correspondante francophone
dpereda@resagro.com
pereda.resagro@gmail.com

Fanny Poun
Correspondante anglophone
fanny@resagro.com

Laetitia Saint-Maur
Correspondante hispanophone
laetitia@resagro.com

Imprimeur
Imprimeur Idéale, Casablanca
Tél. : (+212) 522 60 05 57
Imprimé au Maroc - Printed in Morocco.

Compad, agence de communication
BP 20028 Hay Essalam
C.P - 20203 - Casablanca
Tél. : (+212) 522 24 22 00
(+212) 522 24 95 97
Fax : (+212) 522 24 22 00
E-mail : contact@resagro.com
Site Internet : www.resagro.com
RC :185273 - IF: 1109149
ISSN du périodique 2028 - 0157
Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009
Dépôt légal : 0008/2009
Tous droits réservés.
Reproduction interdite sauf accord de l'éditeur.
Tirage : 10 000 exemplaires (hors tirage spécial)

Édito n°73

Permettez moi, au nom de toute l'équipe de Resagro, de vous souhaiter une merveilleuse année 2017.

La COP22 a fermé ses portes et le bilan est plutôt favorable. De nombreuses avancées peuvent être signalées.

Un des premiers résultats notables est la réduction de deux ans de la rédaction du règlement de l'accord de Paris. La date d'achèvement a été fixée en 2018 au lieu de 2020. 11 Etats ont également profité de la COP 22 pour ratifier l'Accord de Paris, ce qui porte le nombre de ratifications à 110 en plus de celle de l'Union européenne.

Notons également le respect de l'engagement des pays riches de mobiliser 100 milliards de dollars d'ici 2020 pour soutenir les projets d'atténuation et d'adaptation aux effets du changement climatique.

Cette COP a aussi été l'occasion de lancer le Fonds d'investissement de Marrakech pour l'adaptation (MICA) en partenariat avec The Lightsmith Group (États-Unis), BeyA Capital (Afrique), et le Fonds pour l'environnement mondial (FEM). Il est doté de 500 millions de dollars.

Parallèlement à la négociation, états et partenaires ont annoncé des initiatives multiples dans le domaine de la lutte contre le réchauffement climatique et 16 nouveaux pays ont adhéré à l'alliance solaire internationale.

Cela étant dit, Resagro vous propose aujourd'hui un numéro spécial fête!

Menus de fin d'année oblige, nous avons cherché comment préparer vos repas avec des produits de fête 100% marocains et trouvé des solutions pratiques pour déguster au mieux les nombreux chocolats que vous allez recevoir.

La France est également à l'honneur dans ce numéro avec l'opération France Bon Appétit qui propose de découvrir des victuailles venues tout droit de l'hexagone.

Enfin, nous vous emmenons au Royal Palm pour une expérience de festivités sous le signe de James Bond et au Es Saadi pour des réveillons de la Saint Sylvestre inoubliables.

Bonne lecture et encore une fois merveilleuse année 2017!

Alexandre DELALONDE

Sommaire

RESAGRO 73
Le mensuel des décideurs

Edito 03
Périscope 06

Agroalimentaire

Nouveaux produits 10
Adaptation de l'agriculture africaine 12
Produits de fête 100% marocains 18
Comment déguster le chocolat? 22
France Bon Appétit 26
Marché Halal : comment y participer? 30

Solutions

Les emballages et les européens 32
Zéro Mika : un petit rappel 36
all4pack : innovations awards 38
Génération Z et climat 40
Les superaliments le sont-ils vraiment? 42
Nouveaux matériels 46

Le cahier HORECA

Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

Recettes selon Nutella 48
Les news 50
22 hôtels de luxe en 2020 54
Maroc : l'étoile montante 56
Les fast goods 60
Le Royal Palm en fête 62
Saint Sylvestre au Es Saadi 66

Lacasem

Ingrédients, Additifs, Arômes et Epices pour l'Industrie Alimentaire

Mélange d'épices et d'herbe pour la décoration.

Pour l'élaboration, l'aromatisation et la conservation de vos saucisses et merguez.

BASES CULINAIRES
Bases, fonds et sauces pour l'élaboration d'aliments précuisinés.

Assaisonnements et mélanges d'épices végétales.

Marinades liquides et en poudre.

Épices et herbes naturelles hygiénisées, entières et moulues.

Formules pour donner de l'arôme et de la couleur. Plats cuisinés et mijotés.

Siège: Lot n°18, PARC INDUSTRIEL C.F.C.I.M
OULED SALAH BOUSKOURA.
Tél. : 05 22 59 25 83 / 05 22 59 25 86
Fax : 05 22 59 21 48 - Email : lacasemsarl@menara.ma lacasem01@menara.ma

DECLARATION

ACCORD AGRICOLE

La Haute-Représentante de l'Union pour les affaires étrangères et la politique de sécurité et Vice-Présidente de la Commission européenne Federica Mogherini et le Ministre des Affaires étrangères et de la coopération du royaume du Maroc Salahddine Mezouar ont pris acte de l'arrêt rendu par la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE), au sujet de l'Accord Agricole entre le Maroc et l'Union européenne.
Les deux parties constatent que la CJUE a jugé le recours en annulation contre le dit Accord introduit par le «Front Polisario» irrecevable.
Les deux parties constatent également que la Cour annule l'arrêt du Tribunal de Première Instance de l'Union européenne du 10 décembre 2015, donnant ainsi raison au Conseil de l'Union européenne qui avait contesté ce premier Arrêt à la demande de l'ensemble des Etats membres.
La décision du Conseil de l'Union européenne portant sur la mise en œuvre de l'Accord agricole UE-Maroc demeure à ce titre en vigueur. Les deux parties examinent toutes les implications possibles du jugement de la Cour et travailleront de concert sur toute question ayant trait à son application, dans l'esprit du partenariat privilégié UE-Maroc et des mécanismes prévus à cet égard.
Les deux parties confirment la vitalité de ce partenariat privilégié et entendent travailler activement à son développement dans tous les domaines d'intérêt mutuel.

Copyright Union européenne, 1995-2016
Source Service européen pour l'action extérieure

PROMOTION

GENOVA & INWI

Excelo, acteur majeur de la biscuiterie au Maroc, lance en partenariat avec l'opérateur Inwi, une campagne de promotion inédite pour sa marque Genova.
Cette action exceptionnelle consiste à faire gagner des codes de recharges Internet mobile pouvant aller jusqu'à 1 Go.
Le principe de la campagne d'Excelo est simple : dans chaque emballage d'un produit Genova se trouve un code gagnant. En suivant les instructions pour activer le code proposé, chaque acheteur peut profiter d'une recharge Internet mobile... tout en offrant à ses papilles le goût de la génoise dans toute son authenticité !
Et ce n'est pas tout. Le lancement de cette promotion s'accompagne d'une nouvelle recette Genova plus onctueuse et avec une génoise encore plus légère. De quoi sublimer les palais les plus exigeants.

www.facebook.com/GenovaExcelo

INVESTISSEMENTS

OCP VOIT GRAND

Le groupe OCP, leader mondial du phosphate, est engagé depuis plusieurs années dans une importante politique d'industrialisation qu'il veut accélérer dans les prochaines années. Le groupe prévoit ainsi d'investir plus de 151 milliards de dirhams entre 2016 et 2025 dans plusieurs projets classés par zone géographique (axe nord et axe centre) répartis comme suit :
- 81,4 milliards de dirhams pour l'axe nord avec la mise en place de capacités supplémentaires : ouverture de la mine d'Ouled Fares, prolongement de la Mine zone centrale nord (EZCN), développement des laveries nouvelles générations. Pour Jorf Lasfar, deux unités sont en cours de construction.
- 70,1 milliards de dirhams pour l'axe centre, notamment à Safi
Ces investissements amélioreront significativement les capacités de production du Groupe.

www.ocpgroup.ma

FONDS D'INVESTISSEMENT

CRÉATION DU GGIF

La Banque mondiale et Ithmar Capital, un Fonds d'investissement souverain marocain, ont signé un protocole d'accord relatif à la création du Green Growth Infrastructure Facility for Africa (GGIF Africa, Facilité pour les infrastructures de croissance verte), le premier fonds panafricain dédié à l'investissement vert sur le continent.

Le GGIF aura la structure d'un fonds privé et son objectif consiste à attirer des investisseurs privés avec des intérêts au Maroc ou en Afrique qui recherchent des opportunités d'investissement responsables et vertes. Il vise à servir de catalyseur pour la transition de l'Afrique vers une économie verte en soutenant les infrastructures à faible émission de carbone telles que l'énergie renouvelable, le transport à faible émission de carbone et l'utilisation efficace des ressources en eau.

Le GGIF sera parrainé par la Banque mondiale et Ithmar Capital. Ce double parrainage permettra au fonds de profiter des forces de chaque organisation : la Banque mondiale avec son expertise dans la création de fonds et son travail d'élaboration de politiques, et Ithmar Capital par le biais de son réseau de partenaires et son expérience dans la structuration de co-investissements.

Photo : Mr Tarik Senhaji, Chief Executive Officer of Moroccan sovereign wealth fund, Ithmar Capital

L'eau à la mesure de votre entreprise

INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

PERMO, la solution pour vos eaux de process

FILTRATION - MICROFILTRATION
ÉLECTRODÉIONISATION - OSMOSE INVERSE
DÉCHLORATION - ADOUCISSEMENT
DÉMINÉRALISATION - ULTRAFILTRATION
POTABILISATION - NEUTRALISATION
OXYDATION - DÉSINFECTION
STÉRILISATION - ULTRA VIOLETS - OZONE...

BWT PERMO MAROC
Route de Zenata Km 11,5 (à côté Toyota) Aïn Sebaa
Casablanca
Tél. : 0522 666 552 - Fax : 0522 666 423
E-mail : permo.maroc@bwt.fr

permo
BEST WATER TECHNOLOGY
BWT GROUP

ONSSA

ABSENCE DE MATIERES PLASTIQUES

Suite à la diffusion de vidéos sur les réseaux sociaux au sujet de la présence sur le marché national de riz et de vermicelles supposés contenir des matières plastiques, l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) porte à l'attention du public que les importations de riz et de vermicelles de différents pays (2.325 tonnes et 1.860 tonnes respectivement en 2016) sont soumises au contrôle conformément à la réglementation et aux procédures en vigueur.

En 2016, les analyses ont porté sur 66 échantillons de riz et de vermicelles qui se sont tous révélés conformes.

Par ailleurs, sur le marché local, les services de l'ONSSA procèdent au contrôle de l'étiquetage et de la présentation des produits exposés à la vente et, en cas de doute, aux prélèvements d'échantillons pour analyse dans l'objectif de s'assurer de la conformité desdits produits.

L'Office invite les consommateurs ayant des doutes sur des produits alimentaires à informer les services de l'ONSSA pour effectuer les analyses nécessaires et, le cas échéant, prendre les mesures qui s'imposent conformément à la réglementation en vigueur.

onssa.gov.ma

OUVERTURE

SHOW-ROOM COLORADO

Plus 240m² dédiée à l'inspiration !

Le lieu propose une large gamme de peintures décoratives qui combinent les derniers aspects tendances et les dernières couleurs en vogue.

Vous y découvrirez également les dernières solutions innovantes pour vos murs intérieurs et extérieurs et une large gamme de revêtements décoratifs avec des aspects multiples (sablé, nacré, scintillant, lisse et beaucoup d'autres) et des couleurs riches.

Les produits sont à base d'eau et respectent l'environnement. Ils conviennent parfaitement à toutes les pièces pour répondre aux différents besoins des clients. Colorado dispose actuellement de 3 laboratoires complètement autonomes et innovants. Le département R&D tient à être avant-gardiste sur les techniques de production, les matières premières utilisées et ce afin de proposer des solutions innovantes et à la pointe de la technologie qui permettent d'offrir une gamme de haute qualité.

Angle Bd Sidi Abderhamane et BD Yacoub el Mansour

TROPHEES

WAFA ASSURANCE ET PREVENTION

L'organisation des trophées de la prévention procède de la volonté de Wafa Assurance d'enrichir les réflexions au service de la maîtrise des risques et de la performance des organisations.

Cette soirée a été ponctuée par trois temps forts. Elle a débuté par un exposé de M. Pierre Michel, le secrétaire général et international de COVEA et ex-délégué général de la fédération française des sociétés d'assurances (FFSA), suivi par un débat sur la prévention du risque environnemental auquel ont pris part M. Said MOULINE DG de L'AMEE (Agence Marocaine de l'efficacité énergitique), M. Samir IDRISSI OUADGHIRI DG de Lesieur Cristal, M . Abdellah TAIBI d'IMANOR et M. Abderrahim Chaffai DG Wafa Assurance.

Le deuxième fort est la reconduction de la convention avec le salon-congrès « Préventica », qui se tient chaque année, et qui est une occasion d'échanger avec les opérateurs du secteur et les entreprises sur les thèmes de la santé, la sécurité au travail, la sécurité incendie et la maîtrise des risques majeurs qui sont un souci permanent de notre compagnie.

En dernière partie de cérémonie, les trophées ont été remis aux entreprises gagnantes qui été célébrées et félicitées :

Catégorie Grandes Entreprises :

1er Prix : Lesieur Cristal

2éme Prix : Jacobs Engineering SA

3éme Prix : Central Danone (Site Fquih Ben Salek)

Catégorie PME PMI :

1er Prix : Afrique Cables

2éme Prix : Suez (site Mohammedia)

3éme Prix : Sotragaz

Prix spécial du jury : Comaprim (coopérative agricole)

FORUM

ALLEMAGNE ET MAROC

Le 1er janvier 2017, l'Allemagne et le Maroc prendront la présidence du Forum mondial sur la Migration et le Développement (FMMD). Placé sous le thème « Vers un contrat social mondial pour la migration et le développement », le Forum s'intéressera tout particulièrement à l'équilibre des intérêts entre les migrants et leurs pays d'origine, de transit et d'accueil dans le cadre des migrations régulières. Cette co-présidence germano-marocaine est une première : jamais encore deux États n'avaient exercé conjointement la direction du FMMD. En associant symboliquement les deux rives de la Méditerranée et en illustrant le lien étroit qui unit l'Europe et l'Afrique, cette co-présidence entend contribuer à souligner les aspects positifs et la nécessité d'organiser et de sécuriser les migrations afin de maximiser les bénéfices engendrés par la migration et les flux migratoires en termes de développement.

Source : Ministère fédéral des Affaires étrangères (AA), Allemagne

CAPITAL

LES CONSERVES DE MEKNES

Les Conserves de Meknès porte leur capital à 180 millions de dirhams pour le développement de la viticulture et afin de renforcer ses fonds propres. Outre l'investissement en cours de 40 millions de dirhams dans une nouvelle activité de fabrication de vins haut de gamme destinés à l'export la société veut créer une unité de traitement écologique de l'huile d'olive.

www.aicha.com

Nouveaux Produits

MARS

BIENVENUE AUX CUBES

Une offre de partage pour les best-sellers de Mars déclinés en mini cube.
Juste une bouchée de forme inédite proposée nue dans un conditionnement en sachet zippé, comme les fameux m&m's.
Nul doute que les produits, qui favorisent le partage et la consommation compulsive, sauront déclencher de nombreux achats d'impulsion.

La gamme couvre trois recettes Twix, Snickers et Mars.
200 g.

BONDUELLE

LE RETOUR DES GRATINS

C'est un retour aux sources pour Bonduelle, qui proposait déjà quatre recettes de gratins il y a 15 d'années.
Bonduelle a choisi d'associer deux types d'ingrédients pour gratin : les pommes de terre et les légumes. Les trois «gratins du jour» contiennent donc pommes de terre, mais aussi choux-fleurs et cheddar affiné, ou encore champignons et comté, ou enfin épinards et mascarpone.
Réchauffage au four traditionnel comme au micro-ondes.

Les gratins sont présentés dans des barquettes bois de 450 grs.

LAYS

MAINTENANT DES TUILES

Leader du rayon apéro, chips compris, Pepsico vient combler une lacune en se positionnant sur les tuiles.
Pepsico baptise sa gamme Stax tout en s'appuyant sur sa marque de chips Lay's. L'offre compte trois recettes ultra classiques : Original, Sour cream & onion et Paprika.

MOUSLINE

MISE SUR LA NORMANDIE

Après avoir relooké ses packs, pour être plus moderne et mieux communiquer sur sa filière française de pommes de terre, la marque Mousline signe deux nouveautés jouant la carte du terroir.
Ces deux recettes valorisent des ingrédients issus de Normandie : le lait et le beurre.
Les produits sont conditionnés dans un étui qui contient deux sachets de 125 g.

JOKER

100% BIO

Joker se lance dans le Bio avec une nouvelle gamme à forte teneur en fruits (85% minimum) et sans sucres ajoutés.
Elle se compose de trois parfums : orange sans pulpe, multifruit et pomme.

Vendus en brique ovaline 100% recyclable d'1L.

ALVALLE

DES SOUPES CHAUDES

Alvalle étend son savoir-faire aux mois les plus froids de l'année et lance une gamme de soupes chaudes aux inspirations méditerranéennes : Carotte, poivron jaune & coriandre, Courgette grillée & thym, Potiron, orange & thym, Petit pois & menthe.
Des recettes sans colorants, ni conservateurs, ni arômes artificiels.

A retrouver au rayon frais en 1L.

Agriculture, sécurité alimentaire et adaptation de l'agriculture africaine

Le monde doit renforcer rapidement ses actions et rehausser ses ambitions sur le changement climatique, a déclaré M. José Graziano da Silva, Directeur général de la FAO, devant les délégués participant à la Conférence des Nations Unies sur le changement climatique (COP22).

Prenant la parole lors de la Journée d'action de haut niveau sur l'agriculture et la sécurité alimentaire, M. Graziano da Silva a fait valoir que les effets du changement climatique sur l'agriculture (notamment les cultures, l'élevage, la foresterie, la pêche, les terres et l'eau) compromettent déjà les efforts mondiaux visant à assurer la sécurité alimentaire et la nutrition.

Les ruraux pauvres sont les plus touchés.

Se félicitant que plus de 90 % des pays mettent l'accent sur l'agriculture dans leurs plans nationaux d'adaptation et d'atténuation du changement climatique, le chef de la FAO a souligné: «Il est temps d'investir dans l'agriculture durable et résiliente face au climat comme élément fondamental de la solution climatique».

La conférence sur le climat de l'année dernière à Paris (COP21) avait débouché sur le premier accord climatique mondial juridiquement contraignant. Le sommet à Marrakech était sur la mise en œuvre des engagements pris par tous les pays signataires. Faisant écho à l'esprit prévalant à la COP, l'Accord de Paris est irréversible et l'inaction serait un désastre pour le monde.

Transformer l'agriculture, maximiser les avantages

Bien que l'agriculture contribue à près de 20 % des émissions de gaz à effet de serre, elle constitue un élément fondamental de la solution pour stimuler la résilience et lutter contre les effets du changement climatique, en particulier dans les pays en développement où l'agriculture est souvent l'épine dorsale de l'économie.

Le renforcement de l'agriculture réduit la malnutrition et la pauvreté, crée des opportunités économiques et génère une croissance plus rapide et plus équitable, notamment pour les jeunes.

L'agriculture durable améliore également la gestion des ressources naturelles et notamment l'eau. Elle conserve la biodiversité et les services écosystémiques et accroît la séquestration du carbone tout en atténuant les pressions qui entraînent la déforestation.

«Nous pouvons transformer l'agriculture pour la rendre à la fois plus productive et plus résiliente. Cette transformation peut répondre à la triple menace de la faim, de la pauvreté et du changement climatique», a fait remarquer le Directeur général de la FAO. «Les pays reconnaissent ce

L'événement sur l'agriculture et la sécurité alimentaire comprend des séances de dialogue axées sur les thèmes prioritaires visant à intégrer la résilience au changement climatique dans l'agriculture:

1) les approches écosystémiques pour une résilience accrue,
2) l'intégration au sein du paysage et de la chaîne de valeur,
3) la gestion de l'eau,
4) la finance climatique.

Des intervenants de toutes catégories (des gouvernements, d'organisations intergouvernementales, d'entreprises et de la société civile) sont rassemblés afin de se pencher sur les mesures qui pourraient faciliter la transition et les investissements dans une agriculture durable, résistante au climat et plus productive.

À propos du Programme de l'action mondiale pour le climat
Les deux Championnes de haut niveau pour le climat (Laurence Tubiana (France) et Hakima El Haité (Maroc)) ont élaboré un programme détaillé visant à stimuler la coopération entre les gouvernements, les villes, les entreprises, les investisseurs et les citoyens afin de réduire rapidement les émissions de gaz à effet de serre et d'aider les pays vulnérables à s'adapter aux impacts climatiques et à se construire un avenir durable fondé sur les énergies propres. Le Programme de l'Action mondiale pour le climat est un soutien essentiel et un catalyseur à la mise en œuvre rapide et effective de l'Accord de Paris sur les changements climatiques.

potentiel et prennent des engagements sans précédent».
Il convient d'intensifier les flux internationaux de financement en ce qui concerne le climat et débloquer des investissements supplémentaires pour l'adaptation dans les secteurs de l'agriculture afin d'imprimer plus d'élan à l'action, a ajouté le Directeur général.

Action concertée pour placer l'agriculture au centre de l'action

Un événement spécial consacré aux initiatives centrées sur l'agriculture et organisé par la FAO et le Ministère marocain de l'agriculture a eu lieu dans le cadre du Programme mondial d'action sur le climat dirigé par Laurence Tubiana (France) et Hakima El Haité (Maroc) qui ne ménagent aucun effort dans la lutte contre le changement climatique.
Objectif : rassembler et accélérer les initiatives des secteurs public et privé en vue d'atteindre les objectifs internationaux en matière de climat.
Pour améliorer la lutte contre l'impact de la pénurie d'eau mondiale, la FAO a dévoilé son Cadre mondial d'action pour faire face à la pénurie d'eau dans l'agriculture dans le contexte du changement climatique.
La pénurie d'eau (qui est déjà un enjeu mondial majeur) s'intensifiera avec le changement climatique et les pressions liées à la croissance démographique. De la Californie aux provinces de l'est de la Chine, et de la Jordanie à la pointe sud de l'Afrique, environ quatre milliards de personnes (près des deux tiers de la population mondiale) subissent de graves pénuries d'eau pendant au moins une partie de l'année.
La pénurie d'eau est «l'un des principaux défis de l'agriculture durable», a déclaré M. Graziano da Silva. «J'invite les pays et nos partenaires à se joindre à cette initiative».
Au cours d'un autre événement parallèle de haut niveau, le Directeur général de la FAO a salué le lancement opportun de l'Initiative en faveur de l'adaptation de l'agriculture africaine, programme phare du Royaume du Maroc et qui a été approuvée jusqu'à présent par 27 pays.
Ce programme, «Triple A», conduira l'action précisément dans les domaines où il convient d'opérer des transformations dans les secteurs agricoles (notamment la gestion durable des sols, une meilleure maîtrise de l'eau et une gestion globale des risques climatiques). La FAO collaborera fortement pour élargir cette initiative.
Cela exigera des flux plus importants de financement pour l'adaptation au climat et pour l'agriculture en particulier, a indiqué le chef de la FAO tout en précisant que 2% seulement du financement climatique était destiné au secteur agricole. «C'est extrêmement peu et très en dessous de nos besoins», a-t-il déploré.

Le coût de l'inaction dépasse de loin celui de l'action

Le monde a adhéré aux objectifs ambitieux du Programme de développement durable 2030 et à l'Accord de Paris pour lutter contre la faim, la pauvreté et le changement climatique.
«Pour des millions de personnes, nos actions peuvent faire la différence entre la pauvreté et la prospérité, entre la faim et la sécurité alimentaire», a souligné le Directeur général de la FAO.

Planter les graines de

L'ACTION CLIMATIQUE POUR L'AGRICULTURE

Le Royaume du Maroc, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et leurs partenaires intensifient l'action climatique dans le domaine de l'agriculture par le biais de trois nouvelles initiatives: Adaptation de l'Agriculture Africaine (AAA), le Cadre mondial sur la pénurie d'eau et le Pacte de Milan sur les politiques alimentaires urbaines. Ces initiatives, lancées lors de l'événement dédié à l'agriculture et la sécurité alimentaire de la conférence climat de Marrakech, devraient permettre aux petits agriculteurs de renforcer leurs capacités d'adaptation, aux citoyens urbains d'atténuer les impacts du changement climatique et aux pays de remplir leurs engagements en matière de climat.

Cet événement d'action s'inscrit dans le cadre du Programme d'action mondiale pour le climat, mené par la France et le Maroc, afin de stimuler les efforts concertés des secteurs public et privé visant à réduire les émissions rapidement, à aider les pays vulnérables à s'adapter aux changements climatiques et à construire un avenir durable.

La plupart des pays considèrent l'agriculture comme une priorité d'adaptation ou d'atténuation pour aider à limiter l'augmentation de la température mondiale, conformément à l'Accord de Paris. 95% ont inclus le secteur dans leurs contributions prévues déterminées au niveau national (INDC, selon le sigle en anglais). Des pratiques telles que l'utilisation de variétés de cultures résistantes à l'azote et tolérantes à la chaleur, l'amélioration de la récolte de l'eau, aucun labour et une gestion durable des sols amènent à améliorer la sécurité alimentaire ainsi que la résilience au changement climatique.

L'initiative AAA vise à renforcer la résilience des agriculteurs africains en promouvant une gestion durable des sols, une meilleure gestion de l'eau et une gestion des risques en même temps qu'un développement personnalisé

des capacités, de politiques et de mécanismes de financement. Les bénéfices pour l'adaptation résultant d'une utilisation accrue des fonds climatiques et des projets agricoles devraient avoir des incidences positives à l'échelle mondiale.

« C'est une initiative qui cherche à agir comme la voix de l'agriculture africaine dans l'arène climatique », a déclaré Aziz Akhannouch, ministre de l'Agriculture et de la pêche. « L'initiative AAA vise à

renforcer la résilience des agriculteurs africains en promouvant une gestion durable des sols, une meilleure gestion de l'eau et une gestion des risques », a ajouté Mohamed Badraoui, président du comité scientifique de l'initiative AAA.

Harmonisée avec l'Initiative adaptation africaine (AAI), AAA jouit déjà du soutien actif de 28 pays africains et de plusieurs entités à la fois publiques et privées, en plus de la FAO.

« Dans bien des pays, s'adapter au changement climatique et trouver les moyens d'assurer que la sécurité alimentaire et nutritionnelle reviennent font partie de la même problématique», a déclaré le Directeur général de la FAO, José Graziano da Silva, en remarquant que l'adoption massive de pratiques résilientes au climat stimulerait la productivité, les salaires des agriculteurs, et la baisse des prix de la nourriture.

L'initiative de la FAO cherche à identifier les actions prioritaires et à stimuler les innovations pour l'adaptation agricole aux conditions de pénurie d'eau, qui augmentent en intensité et en fréquence du fait du changement climatique. Le Cadre mondial sur la pénurie d'eau soutient les pays à intégrer le changement climatique et l'utilisation durable de l'eau à leurs politiques agricoles et au dialogue intersectoriel, à mettre en œuvre leurs contributions déterminées au niveau national (NDC selon le sigle en anglais), à améliorer le développement des capacités sur les connexions étroites entre le climat, l'eau, la nourriture et l'énergie-eau, et au partage des expériences avec d'autres pays.

« Les températures plus élevées, la fluctuation croissante des précipitations, les sécheresses et les inondations plus fréquentes, et l'élévation du niveau de la mer sont autant de phénomènes qui perturbent la quantité d'eau disponible pour les cultures, le bétail, les forêts et la pêche», a ajouté Maria Helena Semedo, Directrice générale adjointe de la FAO. Elle a rappelé que l'agriculture représente 70% de l'utilisation mondiale d'eau et que davantage d'eau sera nécessaire pour produire des aliments nutritifs et en quantité suffisant pour une population en croissance.

En s'appuyant sur l'expérience de travail de la FAO avec les pays pour rendre l'utilisation de l'eau plus efficace, productive, équitable et durable, et plus particulièrement sur l'initiative de la FAO sur la pénurie d'eau au Proche-Orient et en Afrique du Nord, le Cadre mondial contribue également à la réalisation du programme de développement durable à l'horizon 2030. Plusieurs gouvernements, ainsi que des organisations académiques et d'investissement se joignent à cette plate-forme multipartite qui se forme rapidement.

Pour accélérer et amplifier l'action climatique, la troisième nouvelle initiative abordée lors de l'événement dédié à l'agriculture et la sécurité alimentaire implique la participation du public des zones urbaines et périurbaines. Présenté l'an dernier, le Pacte de Milan sur les politiques alimentaires urbaines. (MUFPP, selon le sigle en anglais) appelle à des systèmes alimentaires durables qui favorisent l'accessibilité aux aliments sains pour les citoyens urbains, la protection de la biodiversité et la réduction des déchets alimentaires. Le pacte a été signé par les maires de 130 villes à travers le monde.

Quelques mots des Championnes

«Pour être en harmonie avec les objectifs à long terme, tous les acteurs devront collaborer, pas seulement pour atteindre les objectifs nationaux des NDC, mais pour les dépasser et combler le fossé des émissions. Cette urgence devrait tous nous guider vers une accélération des efforts immédiats et la mise en œuvre de mesures ambitieuses. Nous devons identifier les options politiques concrètes et les outils que nous devrons mobiliser à court terme.»

«Les données scientifiques sont claires : la voie qui mène à l'atteinte des objectifs à long terme doit nous amener à une culmination des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2020. C'est un défi, et nous en sommes encore loin.»

«Selon les tendances actuelles, nous serons en 2030 entre 11 et 14 gigatonnes au-dessus des valeurs compatibles avec l'Accord de Paris. Le but de ces journées thématiques à la COP22 est de renforcer tous les efforts et de les faire passer au niveau supérieur pour pouvoir rester dans le champ de nos objectifs, à savoir rester bien en-dessous de la limite des 2°C et si possible des 1.5°C, accroître les capacités en adaptation et résilience, et réorienter les flux financiers. Il est de notre responsabilité, en tant que championnes, de faire le lien entre le monde réel et le processus de la COP. Les dirigeants politiques du monde entier devraient écouter et s'inspirer des solutions que nous avons à portée de main. »

Source
Nations Unies Convention-cadre sur les changements climatiques (CCNUCC)

elcowa

ELCOWA Industrie

HACCP CERTIFIED

Détecteur de métaux type gravitaire pour poudres et granulat

Détecteur de métaux avec convoyeur et système d'éjection

Barres et grilles magnétiques sur mesure

ELCOWA Industrie

Votre spécialiste industriel en Pesage / Séparation Contrôle / Hygiène / Inspection au service de la qualité et de la sécurité alimentaire

Balance industrielle

Ensemble intégré pour le lavage des bottes

Balance de laboratoire

Détection de corps étrangers à technologie rayons-X

Systéme de dépoussierage de surface et de contenants avec ionisation

en collaboration avec

PFA, Process Food Afrique

Expert en installations industrielles neuves ou rénovées, sur mesure ou clef en main, partout en Afrique

ELCOWA INDUSTRIE - 193, Avenue Hassan II - 20000 CASABLANCA - MAROC

Tél. : +212 (0)5 22 27 68 28 Email : info@elcowa.ma Site : www.elcowa.ma

J.L. version 2016 2ème semestre

Un menu de fête 100% marocain!

Oublions le caviar et les produits importés d'Europe! Nous avons souhaité vous proposer un menu de fêtes élaboré à partir de produits marocains. Et le Royaume n'est pas en reste pour vous proposer tout ce dont vous avez besoin pour passer une belle soirée gastronomique.

Cette année, vos menus de réveillons ont été préparés à partir de produits frais trouvés dans les boutiques ou sur les marchés.

Entrée

TRUITE FUMÉE

La truite, comme le saumon est fumée à froid.
Le fumage à froid consiste à exposer les aliments à de la fumée froide, les aliments sont fumés et non cuits (saumon, magret de canard, etc). La sciure de bois se consume dans le fumoir, produit de la fumée sans que le fumoir ne monte en température.
La température dans l'enceinte du fumoir ne doit pas dépasser 32° C (25°C pour le saumon) afin que les aliments ne cuisent pas.

LE CHOIX DE LA RÉDACTION

Les Domaines

Tel que son nom l'indique, le «coeur» de truite fumée est l'essence même et le concentré de saveurs présentes dans ce poisson d'eau douce. Sa préparation à froid profite de l'expertise des spécialistes du Domaine d'Azrou. La truite Les Domaines est élevée dans les eaux pures, et fumée au bois de Hêtre de l'Atlas marocain. Sa chair raffinée englobe toutes les saveurs de cette région pour ajouter une touche de noblesse et de délicatesse à vos plats.
www.lesdomainesagricoles.com

FOIE GRAS

Le foie gras provient de canards (mâles uniquement) gavés.
On trouve différents produits
- «Foie gras entier» : préparations composées d'un foie gras entier ou d'un ou plusieurs lobes de foie gras et d'un assaisonnement.
«Foie gras» : préparations composées de morceaux de lobes de foie gras agglomérés et d'un assaisonnement.
- «Bloc de foie gras» : préparations composées de foie gras reconstitué et d'un assaisonnement.
Lorsque le bloc contient des morceaux de foie gras, ces derniers doivent représenter au moins 30% du poids du produit ; le «bloc avec morceaux» constitue le haut de gamme du «bloc de foie gras».

LE CHOIX DE LA RÉDACTION

La Maison du foie gras

Depuis 1989, La Maison du Foie Gras a développé un savoir-faire dans la production du foie gras de canard, qui lui a permis de consolider sa position de leader sur le marché

marocain. De l'élevage des canetons importés de France à la réalisation de produits finis, la chaîne de production est complètement intégrée.
La gamme de produits proposée se diversifie au fil des années et se développe pour répondre à la demande d'une clientèle exigeante.
www.foiegras.ma

F. Kabbaj
F. Kabbaj est une boutique spécialisée dans le foie-gras et la volaille, où sont vendus tous les produits issus de l'exploit F. Kabbaj de Tit Mellil, près de Casablanca. On y trouve aussi, à emporter, des condiments, divers produits de qualité et de nombreux petits plats (quiches, desserts, amuse-bouche, etc.), et on y déjeune, toute la journée, au long d'une carte varié qui fait la part belle, évidemment, à la volaille.
30, Rue des Arènes, Quartier racine - Casablanca

HUITRES
On compte une bonne centaine d'espèces d'huîtres à travers le monde, en eau salée, douce ou saumâtre.
Chez nous, deux types d'huîtres se distinguent : la « plate » nommée Ostrea edulis plutôt ronde et la « creuse » nommée Crassostrea gigas de forme plutôt allongée.
Tous les besoins vitaminiques, tous les acides aminés sont réunis dans les huîtres.
Les premières activités aquacoles au Maroc ont débuté il y a une cinquantaine d'années et ont consisté en élevages ostréicoles dans la lagune de Oualidia, devenue avec Dakhla, grâce à la conjugaison de conditions hydroclimatiques favorables, les capitales de l'huître du Royaume, dont la renommée dépasse les frontières nationales.

LE CHOIX DE LA RÉDACTION
L'Ostréa Casablanca et Oualidia
L'Ostréa fait désormais partie des institutions du port de pêche de Casablanca. Ouvert en 1993 par un ostréiculteur, c'est le rendez-vous des amateurs de poissons, crustacés, huitres évidemment ! Ultra-frais ! Et le tout servi en continu. Une deuxième enseigne est située à Oualidia avec des chambres d'hôtes 05.23.36.64.51 ou 06.64.49.12.76.

Plat

AGNEAU
La viande d'agneau a une réputation de mets raffiné. Tendre et savoureuse, elle tient une place prépondérante dans la cuisine festive. Tendre et savoureuse, la viande d'agneau se déguste en toute occasion. Elle doit être servie le plus chaud possible : il est recommandé de faire chauffer le plat de service et les assiettes. Pour permettre à la viande rôtie de se détendre après la cuisson, il est conseillé de la laisser reposer 15 mn dans le four éteint, porte entrouverte. Elle sera plus uniformément rosée et tendre.

LE CHOIX DE LA RÉDACTION
Viande agneau Béni Guil
L'agneau Béni Guil, dont la viande porte le nom de cette Indication Géographique, est issu d'une lutte naturelle entre un bélier de race pure inscrit par la Commission Nationale de Sélection et de Marquage de la race Béni Guil et une brebis présentant le phénotype de ladite race ou par insémination artificielle.
Les rognons sont largement couverts de graisse blanche. Le gras est blanc et ferme. La viande est de couleur rouge claire, tendre avec un goût particulier due à la présence de l'armoise dans l'alimentation du troupeau

Fromage

Que l'on opte pour une dégustation en bonne et due forme ou un simple plateau en fin de repas, le fromage est toujours accueilli avec plaisir par les convives.
Les fromages sont habituellement distingués selon leur mode de fabrication
- Les fromages à pâtes pressées qui se présentent sous forme de cylindres, de tommes ou de meules (Cantal, laguiole, mimolette, morbier, reblochon, saint-nectaire, salers, cheddar,...)
Les fromages à pâtes molles. Leur texture est à la fois

ferme, souple et consistante. Ils sont ensemencés en surface avec une moisissure qui provoque par affinage en cave l'apparition d'une croûte (brie suisse, camembert suisse, tomme, reblochon, limburger, munster).
Les pâtes fraîches. La pâte fraîche est la base de tout fromage, et existe au début de tout processus de fabrication, avant toute fermentation et tout affinage. La pâte fraîche est faite à partir de lait et pour certains de petit-lait (lactosérum) tiré du lait entier ou écrémé (faisselle, mascarpone, ricotta, ...)
Un des fromages les plus connus et consommé est le fromage de chèvre. Il y a des centaines de variétés mais on les classe généralement en 4 catégories
- les fromages frais (type Chavroux©)
- les fromages à pâte molle et croûte naturelle (comme le Rocamadour)
- les fromages à pâte molle et croûte fleurie (la traditionnelle bûche de chèvre, à la croûte blanche et très tendre)
- les fromages à pâte pressée non cuite (typiquement, la tomme)

LE CHOIX DE LA RÉDACTION
Fromage de chèvre Chefchaouen

Le fromage de chèvre d'indication géographique « fromage de chèvre Chefchaouen » est fabriqué au pur lait de chèvre, Il est de forme arrondie avec un poids de 120 g ou de 240 g par unité. La pâte est blanche, tendre au toucher, d'une saveur douce et d'un goût particulier. Ce fromage possède une teneur en eau variant entre 60 et 70%, une teneur en matière sèche variant entre 32 et 40% et une valeur du rapport matière grasse/matière sèche variant entre 45 et 65%.

Dessert

BÛCHES

Depuis toujours, la bûche est le dessert que l'on retrouve à la fin de chaque repas de Noël. C'est devenue une pâtisserie traditionnelle, succulent gâteau roulé, glacé de crème au café ou au chocolat et souvent décoré. Qu'elle soit glacée, roulée, à la mousse ou au sorbet... il existe une multitude de superbes recettes pour marquer le coup. D'ailleurs, tous les ans, les plus grands chefs pâtissiers s'en donnent à cœur joie pour exprimer leur talent à travers les créations les plus folles.

LE CHOIX DE LA RÉDACTION
Four Seasons

A l'occasion des fêtes de fin d'année, Four Seasons Morocco rend hommage au traditionnel tarbouche, dans sa nouvelle création pâtissière la « Tar-bûche », signée par le Executive Chef Thierry Papillier.
Le Chef a imaginé le dessert star des fêtes en puisant son inspiration dans la culture marocaine et l'histoire des deux établissements Four Seasons au Maroc. La «Tarbûche» évoque de par ses couleurs blanc, ocre et rouge, les villes de Marrakech et Casablanca.
Son coeur renferme une fusion de saveurs inédites mêlant la douceur d'une mousse au chocolat, relevée d'un zeste de citron confit. Le croustillant praliné contraste avec le moelleux d'un biscuit chocolat. Cette élégante création repose sur un délicat brownie chocolaté aromatisé à l'amlou et drapé de poudre d'or et d'argent.
Sur commande 48 h à l'avance au Four Seasons Resort Marrakech : +212 524 359 200.
Au Mint Lounge du Four Seasons Hotel Casablanca.

DÉGUSTER LE CHOCOLAT

Pour apprécier au maximum un chocolat, il faut faire appel à ses 5 sens car chacun d'entre eux nous apporte des informations différentes mais complémentaires. Ensuite, le chocolat doit être bien conservé. Enfin, il est bon de savoir quelles sont ses conséquences sur notre santé.

Comment déguster le chocolat avec ses 5 sens ?

La dégustation du chocolat met en éveil tous nos sens et constitue un vrai rituel pour les amateurs.
La vue, nous permet de choisir et de préparer notre envie de dégustation
Le toucher, nous renseigne sur la consistance
L'odorat, nous permet d'imaginer le goût et nous donne l'eau à la bouche
L'ouïe, nous précise sa texture
Et enfin le goût qui peut s'exprimer après les 4 autres sens pour nous donner une perception totale du produit.
- Le toucher
Avec mes doigts je peux sentir si un chocolat est mou, tendre, lisse, froid, chaud, collant, en relief.
- La vue, l'ouïe :
Un bon chocolat doit être lisse, brillant et de couleur brune et chaude.
Le bruit nous renseigne sur sa qualité : un « croc » franc et précis est le gage d'un bon chocolat.
L'odorat, le goût :
Humé puis porté à l'appréciation du palais, le morceau de chocolat fond doucement en bouche sans rugosité, mais avec caractère. Il attaque par une subtile acidité, l'amertume arrive sans agresser.
Pendant la dégustation et selon l'origine du chocolat, s'expriment des notes de fruits rouges, d'épices ou de fleurs.

Règles de conservation

LES TABLETTES

Le chocolat n'aime pas les variations de température, la chaleur, les grands froids, la lumière et l'humidité. En sachant cela, trouvez dans la maison la pièce idéale... Bien conservé, il est à peu près inerte et peut se garder de longs mois. Une fois entamé, emballez-le bien dans du papier d'aluminium et entreposez-le dans un récipient hermétique.

LES MOUSSES

Riches en matières grasses, les mousses ont le vilain défaut de capter et prendre les saveurs et odeurs qui les entourent. Une fois terminées, recouvrez-les hermétiquement de film alimentaire afin qu'elles ne soient plus en contact avec l'extérieur.

LES TRUFFES

Les truffes ont le même défaut que les mousses, prenez donc les mêmes précautions.

LES GÂTEAUX

Pour mieux les conserver, ne les laissez jamais refroidir dans leur moule de cuisson. Quand ils sont froids, recouvrez-les complètement de papier d'aluminium puis de film alimentaire.

LES POUDRES

Les poudres de cacao amer sont très sensibles aux variations de l'humidité de l'air. En effet, elles sont très « sèches », captent l'humidité ambiante et peuvent ainsi s'agglomérer ou former des grumeaux.

Quand vous en achetez, placez-les dans une boîte hermétique que vous entreposerez loin des sources d'humidité.

Astuces de chefs

FAIRE FONDRE LE CHOCOLAT

Quelle que soit la manière utilisée, au bain-marie, au four à micro-ondes, ou dans une casserole, le chocolat ne doit jamais trop chauffer quand on le fait fondre. Souvenez-vous que la température de fusion du beurre de cacao avoisine les 30 °C. En faisant chauffer inutilement le chocolat, vous en désorganisez complètement la structure, même si cela ne se voit pas à l'oeil nu. Veillez bien à ce que le récipient dans lequel vous le faites fondre soit parfaitement sec.

AJOUTER DES INGRÉDIENTS AU CHOCOLAT FONDU

Commencez toujours par l'ajout du beurre ou de la crème puis dans un second temps les jaunes d'oeufs, quand ils sont nécessaires à la recette.

N'oubliez pas que le chocolat est une émulsion et qu'à ce titre, il est très sensible à l'eau (même celle contenue dans les jaunes d'oeufs) qui peut le faire «masser» en une boule compacte et inutilisable.

INCORPORER DES BLANCS D'OEUFS BATTUS DANS UNE MOUSSE

Minimisez toujours le temps de mélange : plus vous agitez la préparation pour incorporer les blancs, plus ceux-ci laissent partir les micro-bulles d'air qu'ils contiennent.

FAIRE UNE GANACHE

Plus le chocolat est râpé, concassé ou haché finement, plus sa fonte sera rapide et moins le risque d'avoir des grumeaux sera grand.

FAIRE REFROIDIR UN GÂTEAU AU CHOCOLAT

Démoulez-le chaud et laissez-le refroidir sur une grille pour que la vapeur d'eau qui s'en échappe puisse se dissiper sans le ramollir.

UTILISER DU CACAO AMER

Prenez toujours le temps de le tamiser à travers une passoire fine car il a tendance à se tasser et à s'agglomérer en petits grumeaux pendant sa conservation.

Santé et chocolat

UN ALIMENT TONIQUE, STIMULANT ET ANTI-DÉPRESSEUR

Le chocolat procure incontestablement du plaisir à ceux qui le consomment.
Le potentiel énergétique d'une tablette de 100 grammes de chocolat est d'environ 500 calories.
Le chocolat contient trois catégories de substances organiques - glucides, lipides et protéines - ainsi que plusieurs substances minérales : potassium, magnésium et phosphore en quantités importantes, calcium, fer et sodium en petites quantités.
Enfin, outre les multiples vitamines qu'elle contient (A1, B1, B2...), l'analyse d'une tablette de chocolat révèle la présence de plusieurs substances aux propriétés toniques, stimulantes, et anti-dépressives :
- la théobromine, qui stimule le système nerveux et facilite l'effort musculaire,
- la caféine, qui augmente la résistance à la fatigue,
- la phényléthylamine, aux propriétés psychostimulantes,
- la sérotonine, qui peut compenser la perte de certaines cellules nerveuses lors des dépressions,
- la tyramine.

Quelle que soit la variété de chocolat, le pourcentage de protéines demeure relativement constant (entre 7 et 10%). En revanche, les proportions de glucides et de lipides peuvent évoluer en fonction des catégories. Un « chocolat à croquer » contient ainsi davantage de glucides qu'un « chocolat fondant » (64% par rapport à, 52%) et, inversement, moins de lipides (24% contre 38%).
Le chocolat est également, parmi tous les aliments que nous consommons, le plus riche en polyphénols. Les teneurs s'élèvent à 500 et 840 mg/100 g pour les chocolats au lait et noir respectivement. Environ 13 % des polyphénols apportés par l'alimentation proviendrait du chocolat.

Beaucoup de chercheurs pensent aujourd'hui que ces polyphénols auraient des effets bénéfiques sur la santé en limitant le stress oxydant auquel nos tissus sont constamment soumis et qu'ils réduiraient ainsi le risque de maladies cardio-vasculaires, cancers et autres maladies chroniques.

LE CHOCOLAT ET LA LIGNE

Le chocolat ne fait pas plus grossir que d'autres aliments : en réalité, tout dépend de ce que l'on mange avant et après. Sa consommation doit s'intégrer dans le cadre d'un équilibre alimentaire global à respecter. Quelques bonbons de chocolat ou quelques carrés peuvent très bien s'intégrer dans notre alimentation quotidienne, sans péril pour l'équilibre pondéral.
Cependant une consommation trop assidue entraîne forcément une prise de poids. En effet, si le cacao par lui-même n'est pas très calorique, le beurre de cacao et le sucre ajoutés le sont bien évidemment.

LE CHOCOLAT ET LE CHOLESTÉROL

C'est une fausse idée reçue : le chocolat aurait une incidence sur la cholestérolémie.
D'une part, le cacao sans adjonction de lait ne contient pas de cholestérol.
D'autre part il est prouvé que « ses graisses font baisser le taux de cholestérol total du sang et augmenter le bon cholestérol qui protège les artères ».

LE CHOCOLAT ET LA PEAU

Le chocolat n'est pas responsable de boutons. L'acné notamment n'est pas influencée par l'alimentation.

LE CHOCOLAT ET LES DENTS

Le chocolat ne donne pas de caries. C'est même le contraire, à condition qu'il ne soit pas trop sucré : les tanins, le fluor et les phosphates qu'il contient protègent les dents.

France Bon Appétit
Un succès garanti

L'opération «France Bon Appétit», opération promotionnelle et commerciale des produits français initiée par le Ministère français de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt et organisée par SOPEXA, a pour but de renforcer et mieux faire connaître au consommateur marocain, les produits «Made in France».

La 2ème édition, en partenariat avec Atlantic Foods, Drinks et Foods & Goods a lieu, comme la fois précédente, au sein des hypermarchés Marjane.
Une fois de plus, la qualité et la festivité des produits français est mise à l'honneur. Et les dates ne sont pas choisies au hasard puisque cette fin d'année est propice aux achats alimentaires afin de réussir au mieux les repas festifs de fin d'année!

Interview de Monsieur Hassan Sefrioui Directeur Agence Afrique chez SOPEXA.

Quel est le concept de l'opération France Bon Appétit ?
Initiée et soutenue par le Ministère français de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, l'opération France Bon Appétit a lieu du 1er décembre 2016 au 2 janvier 2017 dans 9 magasins Marjane à travers 7 villes du Maroc. Cette opération a pour objectif de permettre à des entreprises agro-alimentaires françaises de développer leur courant d'affaire sur le marché marocain et de renforcer la visibilité de leurs produits « Made In France » au Maroc en cette période de fêtes de fin d'année.

Quel est son but ?
Le but de l'opération est de développer l'image des produits alimentaires français à travers le Royaume en montrant le bon rapport qualité/prix et la diversité de l'offre alimentaire française existante et nouvelle. Mais aussi, de permettre aux produits français déjà présents

à Marjane de se faire connaitre auprès des consommateurs et de développer leurs ventes et aux produits nouvellement référencés de se tester sur le marché marocain.

Pourquoi avoir organisé cette opération au Maroc ?
Cette opération initiée par le Ministère français de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt et organisée par Sopexa, a lieu depuis plusieurs années dans une dizaine de pays dans le monde. En 2015 avec le développement des exportations agricoles françaises vers l'Afrique et surtout vers le Maroc, le choix de son lancement et organisation au Maroc était logique. Après le succès retentissant enregistré par la première édition organisée en 2015, la 2ème édition de l'opération «France Bon Appétit», a été lancé le 16 décembre 2016 et est considérée aujourd'hui comme une vitrine optimale pour la valorisation des produits de l'hexagone auprès de la population marocaine. Nous avons hâte de mettre en place une 3ème édition en 2017 en y ajoutant une nouvelle enseigne en plus de Marjane.

Selon vous, à quoi est du le succès de France Bon Appétit ?
S'inscrivant dans le cadre d'un programme

Identité
L'identité « France Bon Appétit » est une plus-value d'image fédératrice. Dans un contexte concurrentiel de plus en plus important, se rassembler derrière un logo commun permet à chacun de bénéficier de la renommée mondiale de qualité et de convivialité attribuée à l'agroalimentaire français.

France BON APPÉTIT

Lieux
Marjane Casablanca Ibn Tachfine
Marjane Casablanca Californie
Marjane Casablanca Morocco Mall
Marjane Mohammedia
Marjane Rabat Hay Riad
Marjane Rabat Bouregreg
Marjane Agadir Founty
Marjane Marrakech Ménara
Marjane Tanger I (Médina)

global de promotion et de valorisation des produits agroalimentaire français, cette campagne sera un cadre d'échanges et de partage privilégié entre les marques françaises participantes et les nombreux visiteurs marocains attendus pour ce rendez-vous, désormais incontournable. La campagne rencontre un grand succès car elle symbolise la richesse des échanges commerciaux entre le Maroc et la France en proposant des produits à la dégustation et à l'achat en cette période de fête de fin d'année. Nous sommes convaincu que nous rencontrerons le même succès que l'année dernière où certains produits ont connu des ruptures de stock pendant l'opération dans les différents magasins Marjane participants.

Quel rôle ont joués Atlantic Foods, Drinks, Foods&Goods ?

En tant que principaux importateurs et distributeurs de produits français, Atlantic Foods, Drinks et Foods&Goods sont nos partenaires sur cette opération et ont mis en avant certaines marques et produits français faisant parti de leur très large portfolio. Certains de ces produits sont tout nouvellement référencés et disponible à la vente chez Marjane depuis le 16 décembre 2016.

Pourquoi avoir choisi les hypermarchés Marjane ?

Marjane est le leader de la distribution sur le marché marocain avec +40 Hypermarchés à travers le Royaume du Maroc couvrant 12,2 millions d'habitants soit 63% de la population urbaine. Par conséquent, en mettant en place cette opération de promotion complète dans 9 des plus importants magasins de Marjane des 6 villes (Casablanca, Rabat, Marrakech, Agadir, Tanger et Mohammedia) principales du Royaume, cela nous permet de toucher un très large nombre de consommateurs marocains correspondant à notre cible.

Que pouvait-on trouver sur le stand ? Quels produits ont été mis en valeur ?

Le stand reprenant fidèlement le célèbre Arc de Triomphe permet à la fois de mettre en valeur l'intégralités des produits participants à l'opération (vous trouverez dans le tableau ci-dessus les produits et type de produits présentés) et y effectuer des dégustations quotidienne de ces produits afin de permettre aux consommateurs de gouter le produit et le placer dans son cadi sur place.

Dans la continuité de la récente COP22 et de la campagne « zéro sachets plastiques» au Maroc, les consommateurs se verront offrir à l'achat d'un minimum de 3 produits français participants un sac en toile biodégradable et réutilisable aux couleurs de la France.

Du 16 Décembre 2016 au 02 Janvier 2017

Marques présentes

Andros
Bonne Maman
Ducros
Vahiné
Findus
Perrier
Vittel
Contrex
Monin
Magic Pop
La Baleine
Maille
Connétable

LE MARCHÉ HALAL COMMENT Y PARTICIPER?

Dans le cadre de la promotion du Label Halal Maroc, l'Institut Marocain de Normalisation (IMANOR) organise chaque année le Forum Halal Maroc(FOHAM) qui vise à rapprocher les opérateurs marocains des exigences du marché Halal mondial, de ses potentiels et à identifier les actions nécessaires au soutien des entreprises marocaines qui souhaitent accéder aux marchés halal dans le monde. La 3ème édition a eu lieu le 20 décembre dernier au Sofitel Tour Blanche de Casablanca.

Comme les 2 éditions précédentes, le FOHAM a été organisé sous forme de conférences animées par des experts nationaux et étrangers autour de sujets d'actualité intéressant l'écosystème du Halal au Maroc, ainsi que l'état et le potentiel du marché halal mondial. Cette le thème était : « L'importance du secteur Halal pour le développement économique ».

Pour l'occasion, un atelier sur les normes marocaines associées aux produits et services halal était également prévu au programme du Forum.

Les invités d'honneur de cette Edition 2016 étaient les principaux acteurs du marché Halal du Golf qui ont pu dévoiler l'état et les opportunités offertes par ce marché, ainsi que les conditions auxquelles sont soumises les entreprises marocaines intéressées pour y accéder.

LES DONNÉES DU MARCHÉ HALAL

La population musulmane représente 22% de la population mondiale en 2015 (environ 1,6 milliards) et devrait atteindre 30% d'ici 2050.

Le marché mondial du halal, estimé actuellement à 2,3 billions de dollars dont 1,3 billions est la part du halal alimentaire qui représente 18,2% du total du marché mondial des aliments et boissons, est en plein essor et se développe désormais sur des produits notamment non-alimentaires (Cosmétiques, pharmaceutiques et habillement) et des services (restauration, logistique, tourisme et bancaires).

QUELLES SONT LES RÉGIONS CLÉS?

En matière de taille potentielle générale du marché halal, c'est la région Moyen Orient Afrique du nord (MOAN) qui dépense le plus en aliments et boissons, avec 441 milliards de $. Elle est suivie par l'Asie du sud (238 milliards de $), l'Asie de l'est (230 milliards de $), l'Asie centrale (218 milliards de $) et l'Afrique subsaharienne (127 milliards de $).

Le Conseil de Coopération du Golfe (CCG), où la consommation d'aliments et boissons atteint 93 milliards de $. représente 21 % du total de la région MOAN et est généralement perçu comme un marché clé dans la région.

Étant donné que le CCG, par le biais de ses membres pris tant collectivement qu'individuellement, cherche à jouer un rôle de plus en plus important dans

Le marché marocain compte plus de 2.500 entreprises agréées dont plus de 80 entreprises agroalimentaires. La liste des titulaires du label Halal est disponible sur : resagro.com/73/titulaires.pdf

L'institut Marocain de normalisation (IMANOR), a été créé par la loi n° 12-06 relative à la normalisation, la certification et l'accréditation, sous forme d'Etablissement Public doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, sous tutelle du Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie Numérique.

Conformément à son plan de développement stratégique, l'IMANOR animé par la volonté d'être utile au développement de l'économie et de la société, vise à placer les entreprises marocaines en capacité à s'adapter aux normes internationales, et aux exigences des marchés, en mettant à leur disposition les normes et les processus de certification de conformité, et en leur apportant l'information, l'orientation et la formation nécessaires.

l'écosystème halal, on peut s'attendre à ce qu'il gagne en influence sur le marché halal ces prochaines années. (Chiffres en USD)

Pays clés

Les 10 plus grands marchés de l'OCI, d'après les chiffres de 2013, sont dans l'ordre : Arabie Saoudite, Egypte, Emirats Arabe Unis, Indonésie, Malaisie, Irak, Koweit, Jordanie, Liban et Qatar.

Notons cependant que nombre de ces pays produisent aussi des aliments pour des marchés nationaux dynamiques et ne sont donc pas nécessairement des marchés cibles pour les échanges et exportations internationales.

ENJEUX

Dans l'objectif de tirer profit des perspectives de développement offertes par le marché du Halal aux entreprises marocaines du secteur alimentaire, et afin de rassurer les consommateurs sur le respect par les produits qui leurs sont proposés des règles régissant l'alimentation Halal, l'Institut Marocain de Normalisation (IMANOR) s'est engagé dans la mise en place d'un Label National Halal conformément aux dispositions légales régissant le système national de certification. Le label Halal Maroc vise à présenter les garanties nécessaires permettant aux entreprises marocaines de gagner la confiance des millions de consommateurs de plus en plus soucieux de la traçabilité du caractère Halai des produits qu'ils consomment au quotidien.

QU'EST-CE QUE LE LABEL HALAL?

Le « Label Halal» est une marque distinctive propriété de l'IMANOR attestant la conformité à la norme marocaine NM 08.0.800 spécifiant les exigences pour les aliments Halal. Cette norme a été développée avec le concours du Conseil Supérieur des Oulémas sur la base du Référentiel de l'Organisation de la Coopération Islamique (OCI), et de normes déjà existantes dans d'autres pays islamiques.

ONSSA ET IMANOR

Lors du 1er FOHAM, l'Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires et l'Institut Marocain de Normalisation ont signé une convention Cadre de partenariat pour consolider et renforcer leur coordination dans la mise en œuvre des actions relevant de leur intérêt commun.

L'ONSSA et l'IMANOR s'engagent à conjuguer mutuellement leurs efforts et à mobiliser les moyens dont ils disposent pour contribuer à :

- Assurer la diffusion des normes et des documents à caractère normatif relatifs aux domaines de leur intérêt commun;
- Organiser des actions de promotion au profit des services externes de l'ONSSA, des organisations professionnelles et des opérateurs du secteur de l'agro-industrie;
- Collaborer avec les parties concernées pour l'adaptation de certaines normes internationales et régionales aux spécificités marocaines lorsque c'est nécessaire;
- Œuvrer ensemble pour faire respecter les dispositions légales et réglementaires relatives à l'application des normes dans les marchés publics notamment par les entités relevant de l'ONSSA;
- Collaborer pour réaliser des études en relation avec la réglementation, la normalisation et la certification démontrant notamment la complémentarité entre ces outils pour le secteur de l'agro-industrie;
- Organiser conjointement des tables rondes et des séminaires sur les normes et la certification dans le secteur de l'agro-industrie;
- Collaborer pour abriter des rencontres internationales ou régionales portant sur la normalisation dans le secteur de l'agro-industrie.

QUE VOUS APPORTE LE LABEL HALAL ?

Le Label Halal été conçu dans le cadre d'un Comité consultatif réunissant l'ensemble des parties prenantes, tout en veillant au respect stricte des orientations de l'OCI relatives aux cahiers des charges de la certification Halal, ainsi qu'à la procédure d'octroi et de Surveillance de cette certification.

Cette démarche a conféré au label Halal une assise nationale et lui promet également la reconnaissance internationale permettant aux entreprises jouissant de son droit d'usage de faire valoir le caractère Halal de leurs produits partout dans le monde.

COMMENT ACCÉDER AU LABEL HALAL ?

Le processus d'admission au label Halal

L'objectif du Forum Halal Maroc est de sensibiliser les opérateurs marocains concernés sur les enjeux et les opportunités du marché Halal mondial, et de favoriser l'échange et le partage d'expérience sur la certification Halal en tant qu'outil permettant d'intégrer ce marché.

se déroule suivant les étapes suivantes:
– Audit de l'unité de production par une équipe constituée d'un auditeur IMANOR qualifié en sécurité alimentaire et d'un expert des affaires islamiques reconnu par le Conseil Supérieur des Ouléma ;
– En fonction de la nature de l'aliment et en cas de besoin, l'équipe d'audit pourrait prélever des échantillons à remettre pour analyse à un laboratoire qualifié par l'IMANOR;
– La décision favorable, basée sur le rapport d'évaluation, accorde au demandeur le droit d'utiliser le label Halai sur ses produits labellisés.
Le maintien de ce droit d'usage est basé sur deux surveillances les première et deuxième années qui suivent la labellisation, et sur un renouvellement après trois ans.
Le détail de ces dispositions ainsi que d'autres mesures complémentaires, font l'objet des Règles Générales du Label Halal.

Le label est strictement lié aux produits labellisés. Il doit être directement apposé sur chaque produit labellisé.
Dans le cas où les produits doivent être emballés ou lorsque la taille matérielle du produit, sa nature ou le processus de marquage ne le permet pas, le label doit être apposé sur le plus petit emballage dans lequel le produit est commercialisé, sur une étiquette particulière ou sur le bon de livraison concernant le produit.
Règles générales du label Halal sur : resagro.com/73/regles.pdf

HALAL ET EXPORT

Le Ministère de la Santé publique accorde à cette question d'export une place de plus en plus importante dans la formulation des politiques destinées au renforcement des acquis du secteur des exportations et le positionnement progressif du Maroc sur des marchés porteurs à fort potentiel. Dans ce cadre, le Ministère a mis en place un ensemble de mesures et de programmes visant le renforcement des capacités des acteurs de l'exportation. Il s'agit entre autre de : l'Audit à l'export, des Contrats de croissance à l'export, des consortiums d'exportation et qui apportent des réponses aux besoins des entreprises exportatrices en général et des entreprises intéressées par le secteur halal en particulier.

Par ailleurs, dans le souci de renforcer la présence du label Halal Maroc à l'international dans les marchés les plus importants à cet égard, le Maroc s'est rapproché de l'organisme de contrôle et de certification Malaisien Jakim pour faire reconnaître le label Halal Maroc par la Malaisie. La reconnaissance du label halal Maroc par le Jakim a permis la libre circulation des produits dans tous les marchés se référant à cette norme ce qui constitue un grand élan pour l'économie marocaine.
En effet, le soutien de la Malaisie dans cet exercice est capital pour encourager les exportations marocaines aussi bien vers le marché malaisien que d'autres marchés des pays voisins et de groupements économiques. Ces marchés connus par leur ouverture et stabilité, sont renforcés par l'opérationnalisation du marché de l'Association des Nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) constitué de plus de 600 millions de consommateurs.
Pour plus d'information vous pouvez contacter l'ASMEX et Maroc Export.

Les estimations globales du marché halal mondial montrent une forte tendance à l'accroissement. La médiatisation et la multiplication des événements spécialisés sur tous les continents indiquent que ce marché se développe à grande vitesse. Une chance à saisir par le Maroc qui par sa position géostratégique, ambitionne de s'imposer comme une plateforme d'exploitation de produits halal destinés aux marchés d'export.

IMANOR : Angle Avenue Kamal Zebdi
et Rue Dadi, Secteur 21,
Hay Riad, Rabat.
06 61 25 45 18
certification@imanor.ma

LES EUROPÉENS ET L'EXPÉRIENCE EMBALLAGE EN 2016 QU'EN ATTENDENT-ILS ?

(Sondage européen lancé par ALL4PACK Paris, avec le décryptage de l'ObSoCo)

Pour élaborer ce sondage, le Comité Pack Experts d'ALL4PACK Paris s'est réuni pour partager leur vision commune sur les grandes tendances de l'emballage.
Lancé en mai 2016, ce sondage a été mené auprès des consommateurs dans 4 pays clés : Allemagne, Espagne, France et Italie. Son objectif était de mieux identifier et comprendre leurs attentes en matière d'emballage.
Un sondage très intéressant sachant que le Maroc évolue souvent au rythme de ses amis européens.

Les 6 principaux enseignements du sondage ALL4PACK Paris

La majorité des répondants se dit favorable au développement d'emballages connectés et intelligents (dans l'ensemble de l'échantillon, 57% des répondants estiment que les emballages connectés représentent « un véritable progrès »). Cette attitude favorable quant à l'innovation s'explique par un impact positif attendu, bénéficiant à la fois à l'utilisateur et au produit : l'innovation doit être au service de la rassurance. Ainsi, si certaines variations existent selon les pays, les consommateurs y voient, dans des proportions relativement proches, un progrès contribuant à améliorer la santé et la qualité de vie des gens ainsi que la sécurité des produits.
Dans le cadre du e-commerce, deux grandes attentes a priori contradictoires émergent : un emballage solide garantissant la protection des produits (35% des répondants) et un emballage léger permettant de réduire les volumes de déchets
(28% des répondants). Là encore, de légères variations existent selon les pays : alors que les Français et Espagnols sont plus nombreux à choisir la solidité comme critère principal devant la légèreté, c'est l'inverse que l'on observe en Allemagne et en Italie.
Toujours dans le cadre du e-commerce, plus de la moitié des répondants placent la réduction de l'impact environnemental comme critère principal. Dans le détail, deux principales conceptions coexistent : un emballage léger permettant de réduire les volumes de déchets (28% des répondants) et un emballage qu'il est possible de réutiliser ou de recycler (25% des répondants). Le fait de privilégier l'une ou l'autre de ces conceptions semble influencé par l'âge puisque les plus jeunes mettent en avant la légèreté (36% des 18-24 ans) quand les plus âgés mettent en avant la réutilisation ou le recyclage (33% des 65-70 ans).
En ce qui concerne les informations présentes sur les emballages, c'est concernant le processus de fabrication que les attentes convergent. Ainsi, l'origine géographique, la composition du produit, et l'identité du fabricant (citées en premier par respectivement 24%, 19% et 18% des répondants) sont les principales informations attendues par les consommateurs dans chacun des quatre pays.
Si la sensibilité aux emballages en édition limitée ou personnalisés est relativement moyenne sur l'ensemble de l'échantillon (avec une note moyenne de 4,8 sur 10), il est nécessaire de souligner la forte divergence qui existe entre les Français et les Allemands, d'une part, et les Italiens et Espagnols, d'autre part. En effet, quand les Espagnols et italiens sont respectivement 22% et 14% à évaluer leur sensibilité à « l'effet waouh » par une note supérieure à 9 sur 10, les Allemands et Français ne sont eux que 7% et 8%.
Au contraire, en ce qui concerne la fonction principale de l'emballage, un consensus apparait entre les quatre pays autour de la garantie de protection (citée par 35% des répondants). Viennent ensuite l'emballage comme source d'information (26%), comme

Ce sondage, réalisé par l'ObSoCo pour ALL4PACK Paris, vise à mieux cerner « l'expérience emballage » des consommateurs européens, à la fois dans ses aspects fonctionnels et émotionnels.
Pour cela, cinq principales dimensions de l'emballage ont été investiguées :
- le développement des emballages connectés et intelligents,
- es emballages dans le cadre du e-commerce,
- es informations placées sur les emballages,
- l'effet « waouh » associé aux emballages en série limitée ou personnalisés, et
- es grandes fonctions de l'emballage.

Si une forme de consensus apparait sur certains de ces points, le sondage met en évidence deux grands critères de segmentation quant au rapport à l'emballage : il est influencé par des spécificités culturelles et un effet de génération.
Plus précisément, on observe une certaine divergence entre les Français et les Allemands d'une part, qui semblent privilégier une approche fonctionnelle de l'emballage, et les Italiens et Espagnols d'autre part, plus sensibles à l'esthétique et aux aspects émotionnels.
Un effet de génération semble également influencer le rapport à l'emballage des consommateurs, en particulier en ce qui concerne l'innovation et la réduction de l'impact environnemental.

objet permettant d'acheter la « juste dose » (16%) et comme valeur ajoutée au produit en termes de fonctionnalité et d'ergonomie (12%), dans des proportions variables selon les pays.

DES ATTENTES SPÉCIFIQUES PAR PAYS

Un emballage « utile » pour les Français

Si les Français sont les plus sceptiques vis-à-vis des innovations et de «l'expérience» de l'emballage, ils sont au contraire plus nombreux à y voir une source d'informations utiles, notamment l'origine géographique et composition du produit, et un objet leur permettant d'acheter la « juste dose ». Il semble donc que les Français aient une approche essentiellement «utilitariste» de l'emballage, qui doit leur faciliter l'acte d'achat en permettant de plus facilement choisir le bon produit dans la juste quantité.

Un emballage « eco-friendly » pour les Allemands

C'est principalement dans le cadre du e-commerce qu'une particularité émerge chez les consommateurs allemands. Ils sont en effet légèrement plus nombreux à dire privilégier un emballage réduisant l'impact environnemental, que cela passe par un emballage léger permettant de réduire les volumes de déchets ou un emballage auquel il est possible de donner une seconde vie. Toutefois, cela ne doit pas nuire à la solidité et la garantie de protection qui reste prioritaire pour près d'un tiers des Allemands. Ceux-ci semblent donc être les plus sensibles à l'impact environnemental des emballages, que ce soit dans leur conception et leur recyclage.

Un emballage « aspirationnel » pour les Italiens et les Espagnols

Les Italiens et Espagnols sont bien plus sensibles que les Français et Allemands aux « expériences » offertes par certains emballages. Ils sont ainsi bien plus sensibles que la moyenne des répondants aux emballages en édition limitée et personnalisés.

Ils sont également plus optimistes en ce qui concerne l'innovation et le développement d'emballages connectés qui représentent un «véritable progrès» pour plus des deux tiers d'entre eux. Il est toutefois intéressant de noter que ce progrès n'est pas tout à fait perçu de la même manière dans les deux pays : quand les Italiens voient les emballages connectés comme « un véritable progrès qui contribuera à améliorer la sécurité des produits », les Espagnols y voient plutôt « un véritable progrès qui contribuera à améliorer la santé et la qualité de vie des gens. » Finalement les Italiens et Espagnols apparaissent comme les plus sensibles aux emballages « aspirationnels », à la fois innovants, esthétiques et « fun ».

L'EMBALLAGE IDÉAL PAR GÉNÉRATION

Un emballage « léger et connecté » pour les 18-24 ans

Les répondants les plus jeunes sont sans véritable surprise les plus enthousiastes vis-à-vis des emballages connectés, qui représentent pour eux un « véritable progrès » tant en termes de santé que de sécurité des produits. Ils sont aussi ceux qui plébiscitent le plus, dans le cadre du e-commerce, une réduction de l'impact de l'environnement par des emballages plus légers. Les plus jeunes semblent donc constituer un segment particulièrement intéressant pour qui veut innover dans le domaine de l'emballage. Des innovations à la fois technologiques, à travers des

emballages connectés permettant d'améliorer la santé des consommateurs et la sécurité des produits, et en termes de conception, afin d'imaginer de nouveaux emballages ayant un faible impact environnemental dans un segment où la propension au recyclage semble peu répandu.

71% des 18-24 ans estiment que les emballages connectés représentent un « véritable progrès » (vs. 57% sur l'ensemble de l'échantillon), 36% des 18-24 ans privilégient, dans le cadre du e-commerce, un emballage « léger qui réduit les volumes de déchets liés à l'emballage » (vs. 28% sur l'ensemble de l'échantillon).

Un emballage « solide et réutilisable » pour les 55-70 ans

Les répondants plus âgés sont, eux, plutôt adeptes des emballages qui garantissent la protection des produits, puisque c'est la fonction principale citée par plus des deux tiers d'entre eux. Toutefois, cette garantie de protection qui peut nécessiter un emballage relativement encombrant ne doit pas aller de pair avec un trop fort impact environnemental. Ainsi, les 55-70 ans sont aussi les plus nombreux à privilégier un emballage qu'il est possible de réutiliser ou de recycler, dans le cadre du ecommerce.

L'emballage idéal de cette génération semble donc correspondre à un emballage durable, fabriqué à partir de matériaux garantissant solidité et protection du contenu et qu'il est possible de réutiliser ou de recycler en fin de vie.

37% des 55-70 ans estiment que l'emballage est avant tout « une garantie de protection des produits » (vs. 31% chez les 25-44 ans), 32% des 55-70 ans privilégient, dans le cadre du e-commerce, un emballage « qu'il est possible de réutiliser ou de recycler » (vs. 25% sur l'ensemble de l'échantillon et 22% chez les 25-44 ans).

Des attentes plus hétérogènes entre ces deux générations

Entre ces deux générations extrêmes les attentes semblent plus hétérogènes, principalement parce que la façon dont les consommateurs appréhendent des aspects tels que les emballages connectés ou la réduction de l'impact environnementale évolue de manière linéaire avec l'âge. Ainsi, chez les consommateurs d'âge moyen les proportions d'optimistes et de sceptiques quant aux emballages connectés sont à peu près équivalentes. De même, ces consommateurs d'âge moyen privilégient un emballage léger ou un emballage qu'il est possible de réutiliser dans des proportions proches. Toutefois, ces résultats hétérogènes ne doivent pas laisser penser que les consommateurs d'âge moyen sont prêts à tout accepter. Il semble au contraire que chaque consommateur ait des attentes tout aussi arrêtées que les plus jeunes et plus âgés mais que, sur l'ensemble, aucune majorité n'émerge. Le challenge pour les marques est donc de segmenter leurs consommateurs sur des critères plus fins que l'âge afin de déterminer les attentes réelles de chacun d'eux.

58% des 25-54 ans estiment que les emballages connectés représentent un « véritable progrès » (vs. 57% sur l'ensemble de l'échantillon), 29% des 25-54 ans privilégient, dans le cadre du e-commerce, un emballage « léger » quand 23% privilégient un emballage « qu'il est possible de réutiliser ou de recycler » (vs. respectivement 28% et 25% sur l'ensemble de l'échantillon).

ZÉRO MIKA
Un petit rappel

Dans le cadre de la loi 77-15 interdisant la fabrication des sachets en plastique, leur importation, leur commercialisation et leur utilisation, la Coalition Marocaine pour la Justice Climatique (CMJC) exhorte les citoyens à utiliser des alternatives aux sachets plastiques. A cet effet, la Coalition a mis au point un dispositif qui s'articule autour de deux volets, à savoir d'un côté, la sensibilisation continue via ses réseaux dans le cadre de l'opération «Zéro Mika», et de l'autre la production d'outils présentant des alternatives viables, pratiques et concrètes au sachet plastique : une série de 20 capsules, un guide et une collection d'affichettes. Le site Web www.zeromika.ma reprenant l'ensemble du dispositif a également été lancé le 20 juin 2016.

Les sachets plastiques constituent un réel danger pour la santé, pour les adultes comme pour les enfants. Il devient urgent d'agir pour mettre fin à la prolifération de ce fléau partout au Maroc. Chaque citoyen a le pouvoir d'agir et d'éradiquer rapidement les sacs plastiques, en changeant simplement ses habitudes de consommation. C'est d'autant plus facile qu'il existe aujourd'hui de nombreuses alternatives durables et réutilisables, sans danger pour la santé. Qu'elles soient en osier, en palmier, en tissu ou en papier, ces alternatives remplacent durablement le sac en plastique et réduisent considérablement l'impact polluant. Sur le long terme, elles sont également plus économiques, puisque réutilisables.

La série de capsules diffusées à la télévision et sur le Web, présente à travers un témoignage, les méfaits du sachet plastique sur la santé et sur l'environnement et mettent l'accent sur les alternatives à adopter, selon le contexte.

Le guide des alternatives présente l'ensemble des alternatives que nous avons à disposition que l'on soit commerçant ou consommateur. Son lancement est prévu dans les prochains jours. Il sera également décliné en affichettes destinées aux grandes surfaces, épiceries et autres commerces de proximité, proposant

L'opération « Zéro Mika » a vu la mobilisation gracieuse de nombreux médias qui ont accepté de relayer les messages de sensibilisation et de mobilisation sur leurs antennes et supports respectifs : TV, radio, médias digitaux et presse papier tels que les chaines du groupe SNRT, 2M, Radio+, Hit Radio, SNRT, Radio Mars, Radio 2M et MFM.
« Zéro Mika » bénéficie également du soutien de Derichebourg Maroc, opérateur spécialisé dans les services de l'environnement.

Pour rappel, « Zéro Mika » est une initiative de la Coalition Marocaine pour la Justice Climatique qui a pour objectifs de sensibiliser à l'impact des déchets plastiques sur la santé et l'environnement et de mobiliser à leur ramassage. Cette initiative, labellisée par le Comité scientifique de la COP22, comprend, dans un premier temps, une campagne de sensibilisation via les médias nationaux, les relais d'opinion et le tissu associatif, diffusée depuis vendredi 10 juin 2016. Dans un deuxième temps, un appel à l'action pour l'ensemble des citoyennes et citoyens a été lancé dès le 10 juin 2016, afin de les mobiliser pour une large opération de ramassage ouverte au public pendant trois jours, du 24 au 26 juin 2016 sur l'ensemble du territoire national.

une alternative aux sachets plastiques pour les situations rencontrées chez chaque type de commerçant.

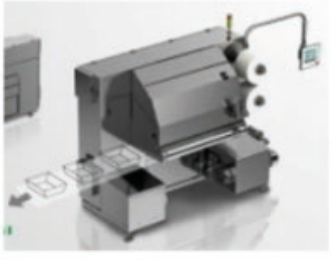
Le site Web www.zeromika.ma reprend l'ensemble du dispositif et vivra avant, pendant et après l'opération de ramassage des 24, 25 et 26 juin 2016 pour sensibiliser et mobiliser. Il détaille toutes les modalités de participation via une carte interactive indiquant tous les points de ramassage, au niveau national. Il a également pour objectif de faire la promotion des alternatives.

En ce qui concerne les alternatives du quotidien, le panier en palmier ou en osier est un objet de substitution très pratique pour transporter de grandes quantités d'éléments (fruits et légumes, tout type de conserves, nourriture emballée, etc.). Réutilisable et biodégradable à 100 %, il a également l'avantage d'être un produit traditionnel et artisanal marocain encourageant le travail des coopératives. Il est ancré dans le patrimoine culturel marocain et demeure très populaire, de génération en génération.

Le sac en papier est très pratique quand il s'agit de transporter fruits secs, noix diverses ou amandes ou le pain. Avantageux car moins polluant en fin de vie, il est également plus facilement assimilable par la nature. Le sac en tissu est très pratique pour les produits secs et les emballages cartonnés. Réutilisable très longtemps, il est facilement lavable et peut aussi être réparé, prolongeant ainsi sa durée de vie. Pour les produits humides (viande, citron confit, olives, pois chiches trempés, etc.), l'utilisation de bocaux, bouteilles en verre ou tupperwares est indiquée.

LES 9 LAURÉATS DES «INNOVATIONS AWARDS» 2016

Le Comité Pack Experts du salon International ALL4PACK Paris a décerné, en octobre dernier, les « INNOVATION AWARDS 2016 ». A travers ce palmarès, ALL4PACK Paris, The global marketplace for Packaging, Processing, Printing & Handling, rend hommage aux entreprises qui démontrent leur capacité exceptionnelle d'innovation, et témoignent de l'agilité remarquable de l'ensemble des filières.



EMBALLAGE ET INTRALOGISTIQUE.

Parmi 250 nouveautés déclarées par les exposants, 42 nouveautés ont été retenues par un jury de la presse spécialisée internationale pour être exposées sur l'espace PACK INNOVATION d'ALL4PACK Paris, véritable gisement d'idées !

9 innovations ont été distinguées par le Comité Pack Experts pour recevoir les INNOVATION AWARDS 2016, parmi 4 catégories :

- Matières premières et consommables / Accessoires et composants / Emballages et contenants
- Machines / Systèmes / Equipements
- Prestations de services / Logiciels
- Equipements/ logiciels/ systèmes automatisés/ Prestations de services pour levage, manutention, stockage et logistique

CATÉGORIE « MATIÈRES PREMIÈRES ET CONSOMMABLES / ACCESSOIRES ET COMPOSANTS /EMBALLAGES ET CONTENANTS».

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE DES TECHNIQUES (SGT)

Nouvelle préforme en PET monocouche

La SGT a développé une gamme de préformes en PET monocouche aux mêmes qualités qu'une multicouche. L'innovation est dans la formulation de la résine qui dote le PET de nouvelles propriétés, dont une barrière totale à la lumière. Marché d'application : boissons.

L'avis du Comité : Une nouvelle opportunité pour rendre le PET opaque afin de massifier les flux pour le recyclage.

SLEEVER INTERNATIONAL

LDPET Mineral Water

Danone Waters s'associe à Sleever International pour créer un packaging 100% recyclable (étiquette + PET) pour ses nouvelles bouteilles sleevées Evian et Volvic.

Les membres du Comité Pack Experts 2016 :
ANTONIO PUIG, BEL, CHARAL, COCA COLA Entreprises, ECO EMBALLAGES, FAUCHON, GALERIES LAFAYETTE, GROUPE CARREFOUR, ILLYCAFFE, L'OREAL, LABORATOIRES EXPANSCIENCE, LE BHV MARAIS, MARS PETCARE France, MERCK, NESTLÉ, PFIZER CONSUMER HEALTHCARE, PHILIPS ÉCLAIRAGE, SOUL PACKAGING, VENTE-PRIVÉE.

Marché d'application : boissons.
L'avis du Comité : Le recyclage des bouteilles et manchons en PET simplifié sur un gros marché mondial.

JINDAL FILMS EUROPE
SealTOUGHTM

SealTOUGHTM est un film coextrudé incomparable, conçu pour remplacer des films polyéthylène soufflés (blown PE), avec des propriétés de résistance à la perforation inégalées, une transparence améliorée et des forces de scellage pouvant dépasser 5.000g/25mm.
Cette innovation permet aussi de diminuer l'épaisseur de l'emballage de 30 à 40%.
Marché d'application : alimentaire.
L'avis du Comité : Less with more : un film amoindri en épaisseur aux performances inégalées.

CGL PACK
Barquette mono matériau RSR

CGL Pack a développé une gamme de barquettes standard en mono matériau Clearseal, une matière à base de PET qui permet un scellage optimum, même en conditions difficiles. Un matériau 100% recyclable, qui peut avantageusement remplacer les traditionnelles barquettes complexées de type PP/EVOH/PP ou PE.
Marché d'application : alimentaire.
L'avis du Comité : Transparence, scelabilité, mono-matériau et recyclabilité à 100%.
Catégorie « MACHINES, SYSTÈMES, ÉQUIPEMENTS » : flexibilité, sécurité, intelligence au service des produits et des hommes

TASCO
Trojan 2, presse numérique pour étiquettes

La Trojan 2 est la première presse numérique d'étiquettes, pour un budget raisonnable, avec la performance et les caractéristiques de systèmes beaucoup plus industriels. La presse tourne à 18 m/mn, avec une résolution jusqu'à 1600 x 1600ppp. De plus, le système de maintenance automatique permet d'imprimer des volumes plus importants à une qualité optimale.
Marché d'application : imprimeries.
L'avis du Comité : La flexibilité d'une imprimerie numérique dans l'usine et sur le terrain.

L'EMBALLAGE, LE CHAMPION DE L'ECONOMIE CIRCULAIRE

Tendance confirmée pour les nouveautés en emballages et machines: fonctionnalités et performances accompagnent la réduction des consommables et visent le zéro déchet/perte.
L'emballage est le champion de l'économie circulaire.
Les nouveautés en logiciels, prestations de service, manutention, logistique, structurent l'usine 4.0.
La flexibilité pilote performance, qualité et sécurité.
Les technologies digitales stimulent l'innovation et optimisent la valeur sur toute la supply chain. Les emballages devenus uniques communiquent, les logiciels permettent une disponibilité à la demande, les équipements fournissent des informations en temps réel pour une réaction immédiate.
Les nouveautés sont soumises à une sélection internationale parmi laquelle le Comité Pack Experts, animé par Annette FREIDINGER-LEGAY, expert international en emballage et conditionnement, consultante pour ALL4PACK Paris, attribue les « Pack Experts' Innovation Awards ».

NEOPOST
CVP-500

CVP-500 est un système automatisé qui permet de créer en temps réel un colis sur mesure pour des commandes e-commerce de tailles variées, quel que soit le nombre d'articles dans la commande.
Marché d'application : e-commerce / VAD (vente à distance).
L'avis du Comité : Le juste emballage pour répondre aux attentes du e-commerce et pensé pour toute la supply chain jusqu'au client final.

MATÉQUIP
Platformer

Platformer est une machine qui thermoforme des barquettes à partir d'une bobine sans générer de squelette de film pour alimenter une operculeuse Trave directement sur une seule file, qui peut elle même être équipée dans la technologie zéro squelette de film. Elle apporte économie du film, souplesse dans la gestion des barquettes et encombrement réduit.
Marchés d'application : alimentaire et biens d'équipement industriel.
L'avis du Comité : Evolution technique majeure pour réduire les déchets à la source.

Catégorie « Presatations de Service, Logiciels » :

l'emballage et le conditionnement précurseurs des usines du futur

SS&C
IC3D 4.0

IC3D est le premier logiciel de création d'emballage 3 D en temps réel complet, qui permet de générer instantanément des modèles digitalisés de boîtes pliantes, d'emballages rétractables, de bouteilles ou de représentations dans les magasins.
Marchés d'application : boissons, biens de consommation et d'équipement domestique, cosmétique/parfumerie/hygiène, pharmacie/santé, produits de luxe.
L'avis du Comité : Démocratisation d'une plateforme allant dans le sens de l'intégration de toutes les fonctions de conception.

Catégorie « Equipements/ logiciels/ systèmes automatisés/ Prestations de services pour levage, manutention, stockage et logistique »

IMH
Chariot électrique à mât pivotant

Ce chariot compact 3 roues à mât pivotant de 90°, associé au déplacement latéral d'une course de 508 mm, permet de manutentionner de charges palettisées en allées étroites ou des charges longues jusqu'à 6 m dans les espaces très réduits.
Marchés d'application : construction / bâtiments et travaux publics, distributeurs / agents / concessionnaires / loueurs d'équipements de manutention, transports / logistique.
L'avis du Comité : La manoeuvrabilité au service de l'optimisation des flux en espace réduit.

Enquête :
Les superaliments le sont-ils vraiment ?

Superaliment : voilà le nouveau mot à la mode lorsque l'on parle d'alimentation ou de santé. Pourtant, il n'en existe aucune définition technique, et les résultats scientifiques démontrant les effets (fussent-ils souvent bénéfiques) de ces aliments sur la santé ne sont pas nécessairement applicables aux régimes alimentaires au quotidien. Un régime reposant sur des aliments variés et nutritifs, incluant de nombreux fruits et légumes, reste le moyen le plus efficace d'assurer l'apport nutritionnel équilibré qui sera bénéfique pour la santé.

Aux origines du superaliment

En matière d'alimentation et de santé, le concept de superaliment s'avère très populaire. On ne compte plus dans les médias les reportages sur les aliments ultra-sains, depuis la myrtille et la betterave jusqu'au cacao et au saumon. Ces reportages seraient fondés sur les résultats scientifiques les plus récents, et nous affirment que manger ces aliments donnera à notre corps le coup de fouet nécessaire pour éloigner la maladie et le vieillissement. Mais y a-t-il une once de vérité dans ces reportages?

L'attention portée actuellement aux superaliments a probablement été stimulée par l'intérêt croissant du public pour l'alimentation et la santé, notamment dans les pays développés. Si le terme était déjà employé au début du XXè siècle, ce n'est que récemment qu'il s'est popularisé dans le langage courant. Une simple recherche sur Internet du terme « superaliment » en anglais (« superfood ») aboutit à près de 10 millions de résultats – principalement des blogs de santé et de nutrition, des journaux et magazines en ligne, et des fournisseurs de compléments alimentaires.

Cependant, malgré l'omniprésence du terme dans les médias, il n'existe aucune définition officielle ou légale d'un superaliment. L'Oxford English Dictionary, par exemple, définit un superaliment comme « un aliment riche en nutriments, considéré comme particulièrement bénéfique en termes de santé et de bien-être », tandis que le dictionnaire Merriam-Webster ne fait aucune référence à la santé et le décrit comme « un aliment hautement nutritif, contenant une grande quantité de vitamines, minéraux, fibres, antioxydants, et/ou phytonutriments ». D'une manière générale, les superaliments sont des aliments – et notamment des fruits et légumes – dont le contenu nutritionnel aurait des effets bénéfiques supérieurs à ceux des autres aliments.

De quelles preuves dispose-t-on ?

Afin de discerner le vrai du faux, il convient d'étudier attentivement les résultats scientifiques sur lesquelles se fondent les affirmations des médias. Les myrtilles sont l'un des superaliments les plus populaires et les plus connus, et elles ont fréquemment été étudiées par des chercheurs intrigués par leurs effets bénéfiques sur la santé. On a ainsi constaté que les myrtilles ont une teneur élevée en composés antioxydants d'origine végétale, notamment des anthocyanines, qui freinent la croissance des cellules cancéreuses du colon humain et les détruisent. Les myrtilles contiennent également un autre type d'antioxydants, dont les effets préventifs et réparateurs sur les pertes de mémoire dues au vieillissement ont été démontrés sur des rats.

Les antioxydants sont des molécules qui protègent les cellules de notre corps des radicaux libres nuisibles. Ces radicaux libres proviennent de sources telles que la fumée de cigarette et l'alcool, et sont également produits naturellement par le corps au cours du métabolisme. La présence d'un trop grand nombre de radicaux libres dans le corps peut provoquer un stress

Le Conseil Européen de l'Information sur l'Alimentation (EUFIC) est une organisation à but non lucratif qui fournit aux médias, aux professionnels de la santé et de la nutrition et aux enseignants des informations sur la sécurité sanitaire & la qualité des aliments ainsi que sur la santé & la nutrition s'appuyant sur des recherches scientifiques en veillant à ce que ces informations puissent être comprises par les consommateurs.

oxydatif, qui à son tour peut conduire à des dommages cellulaires susceptibles d'aboutir à des maladies liées au vieillissement telles que le cancer, le diabète ou les maladies cardiaques.

Parmi les autres fruits dotés du statut de superaliment figurent l'açaï et la grenade. Il a été prouvé que la pulpe de l'açaï possède d'importantes propriétés antioxydantes, même si ses bénéfices sur la santé n'ont pas encore été démontrés chez les humains. Des études sur le jus de grenade donnent à penser que celui-ci fait baisser à court terme la pression sanguine et réduit le stress oxydatif chez les personnes en bonne santé. Ces deux paramètres constituent d'importants facteurs de risque de cardiopathie.

Tout comme le jus de grenade, la betterave s'est vue décerner le titre de superaliment indiqué pour le cœur. Le nitrate qu'elle contient en grande quantité serait transformé par le corps en oxyde nitrique, qui diminuerait la pression sanguine et la tendance à la coagulation du sang chez les humains. Le cacao réduirait également les risques de cardiopathie en faisant baisser la pression sanguine et en augmentant l'élasticité des vaisseaux sanguins, probablement grâce à sa teneur élevée en composés connus sous le nom de flavonoïdes.

Enfin, le saumon se retrouve, lui aussi, fréquemment cité sur les listes des superaliments. En effet, il existe de plus en plus de preuves que les acides gras oméga-3 présents dans le saumon et dans d'autres poissons gras préviennent les problèmes cardiaques chez les individus présentant un risque cardiovasculaire élevé, et soulagent les douleurs articulaires des patients atteints de polyarthrite rhumatoïde.

En y regardant de plus près

Les études mentionnées plus haut ne représentent qu'un infime pourcentage de toutes celles concernant les effets des aliments sur la santé. À première vue, elles semblent conforter la théorie de l'existence de certains superaliments : certes, il a été démontré que les nutriments présents dans ces aliments ont des propriétés bénéfiques pour la santé. Mais à y regarder de plus près, on s'aperçoit que les résultats de ces travaux sont difficilement applicables à des régimes alimentaires réels. En effet, les conditions dans lesquelles les aliments sont étudiés au sein des laboratoires sont souvent très différentes de la façon dont ces aliments sont normalement consommés par les individus au quotidien.

L'une des principales caractéristiques de la recherche dans ce domaine est le taux élevé de nutriments généralement utilisés. Dans le contexte d'un régime alimentaire normal, ces teneurs ne sont pas réalistes. De plus, les effets physiologiques d'un grand nombre de ces aliments sont souvent des effets à court termece qui signifie qu'il faudrait les consommer souvent pour en tirer les bénéfices promis en matière de santé. Cela pourrait s'avérer contre-productif, notamment pour certains aliments : une consommation fréquente de cacao sous forme de chocolat, par exemple, doperait l'absorption non seulement des flavonoïdes du cacao, bénéfiques pour la santé, mais également d'autres nutriments qu'il est recommandé de consommer en moins grande quantité.

Il existe également un autre paramètre, peut-être encore plus important, à prendre en compte concernant ces travaux scientifiques : la plupart ont recours soit à des cobayes tels que des rats, soit à des expériences in vitro sur des lots isolés de cellules humaines. Ce type d'études est utile pour donner aux chercheurs une idée des vertus et des mécanismes physiologiques de certains aliments, mais il n'existe aucune garantie que ces composants auront les mêmes effets sur les humains qui les consomment dans le cadre de leur régime alimentaire. Les recherches concernant les effets sur les humains sont complexes à mener : les régimes alimentaires, les gènes et les modes de vie varient d'une personne à l'autre, il est donc difficile d'étudier les effets des nutriments sur la santé. Cela signifie qu'une approche différente de celles employées pour les cultures cellulaires et les essais sur les animaux est nécessaire pour étudier les effets sur l'homme. Dans l'idéal, il conviendrait de combiner des études interventionnelles (au cours desquelles les chercheurs font varier le régime alimentaire afin de déterminer les effets d'un aliment ou d'un nutriment) et des études observationnelles (les chercheurs observent les effets des différences naturelles entre les régimes alimentaires des individus).

Enfin, il convient de prendre en considération un dernier aspect lorsque l'on s'intéresse aux études sur les vertus des aliments en matière de santé : de nombreux chercheurs

étudient ces aliments de manière isolée. Dans la mesure où, en temps normal, les individus consomment des combinaisons d'aliments, l'étude d'un seul d'entre eux ne peut refléter la consommation réelle. De plus, il existe des raisons de penser que dans certains cas, la co-consommation d'aliments peut en fait accroître la capacité du corps à absorber des nutriments. Le bêta-carotène présent dans les carottes et les épinards, par exemple, est absorbé plus rapidement lorsqu'il est consommé avec une source de matière grasse, comme la vinaigrette. Cela laisse entrevoir les avantages d'un régime alimentaire basé sur une variété d'aliments nutritifs par rapport à une alimentation basée uniquement sur un ou quelques superaliments.

L'essentiel

Le concept d'aliments dotés de propriétés exceptionnellement bénéfiques pour la santé est une idée séduisante, et a certainement contribué à l'intérêt du public pour les superaliments. En effet, les recherches sur le sujet ont montré que certains

composants d'aliments et de boissons peuvent nous faire beaucoup de bien. Cela est également illustré par l'existence d'allégations de santé approuvées, pour lesquelles l'Autorité européenne de sécurité des aliments a considéré les données scientifiques suffisamment probantes. Il n'est cependant guère réaliste de penser qu'un petit nombre de « superaliments» va améliorer notre bien-être de manière significative. Lorsque l'on se penche sur les résultats scientifiques concernant les superaliments, il convient de rester réaliste sur la façon dont ils s'appliquent aux régimes alimentaires réels.

Apposer à certains aliments l'étiquette « super » dans les médias peut également donner l'impression que les autres aliments constituant notre régime alimentaire ne sont pas aussi bons pour la santé, alors qu'en réalité ils fournissent souvent des nutriments tout aussi bénéfiques que ceux présents dans les superaliments. Les carottes, les pommes et les oignons, par exemple, contiennent énormément de nutriments bons pour la santé tels que le bêta-carotène, les fibres et la quercétine, un flavonoïde. Les féculents à base de céréales complètes comme le pain, de même que le riz et les pâtes ont également une teneur élevée en fibres alimentaires. Chez les adultes, la consommation de fibres alimentaires devrait atteindre au moins 25 g par jour. Ces aliments ont souvent l'avantage supplémentaire d'être bon marché et aisément disponibles. Cela signifie que nous pouvons facilement les consommer en quantités suffisantes

et de manière régulière, afin de tirer le meilleur parti de leur contenu nutritionnel. Sachant que la plupart des Européens ne consomment pas assez de fruits et légumes pour satisfaire aux recommandations alimentaires, augmenter notre consommation quotidienne de fruits et légumes variés contribuerait notablement à améliorer notre bien-être.

Conclusion

Pour assurer une consommation équilibrée de nutriments nécessaires à une bonne santé, il est plus efficace de diversifier les aliments de notre régime alimentaire que de nous concentrer sur quelques aliments dits « super ». Ce qui implique notamment la consommation d'une plus grande quantité et d'une plus grande variété de fruits et légumes. Pour nous aider à atteindre cet objectif, de nombreux pays européens ont d'ailleurs publié des recommandations nutritionnelles.

© Conseil Européen de l'Information sur l'Alimentation (EUFIC)
Retrouvez ce reportage avec les références sur resagro.com/73/reportage.docx

GÉNÉRATION Z ET CHANGEMENT CLIMATIQUE

La génération Z veut davantage d'action pour un avenir durable, c'est ce que révèle une étude mondiale de Masdar.

Le changement climatique sera le plus grand défi au monde au cours de la prochaine décennie, d'après une enquête mondiale effectuée auprès de jeunes par Masdar (Abu Dhabi Future Energy Company).

Dévoilée à l'occasion de la COP22 au Maroc, « Masdar Gen Z Global Sustainability Survey « est la première enquête mondiale à s'intéresser à l'état d'esprit des jeunes de 18 à 25 ans par rapport au changement climatique, au développement durable et aux énergies renouvelables.

Effectuée plus tôt dans l'année pour coïncider avec le 10ème anniversaire de Masdar, l'étude a interrogé près de 5.000 jeunes de 18 à 25 ans (génération Z) dans 20 pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord, d'Afrique subsaharienne, d'Amérique, d'Europe et d'Asie.

La génération Z englobe les personnes nées à partir de 1995

L'enquête montre clairement le niveau de préoccupation parmi les jeunes au sujet du changement climatique, 40 % de ceux interrogés le considérant comme l'un des principaux défis auxquels sera confronté le monde au cours de la prochaine décennie, devant l'économie (34 %), le terrorisme (32 %), la pauvreté et les inégalités (29 %) et le chômage (29 %).

Huit jeunes sur dix (83 %) de la génération Z ont également déclaré que les gouvernements doivent écouter davantage les jeunes à propos de la durabilité. Un nombre similaire (80 %) estiment que les dirigeants actuels n'ont pas fait assez d'efforts pour protéger l'environnement.

Ils pensent que les gouvernements et le secteur privé ont une responsabilité partagée pour développer des technologies propres (81 %), mais ils attendent davantage d'investissements des gouvernements

dans les énergies renouvelables (84 %).
Près des deux tiers (59 %) ont fait part de leur intérêt à travailler ou étudier dans un domaine lié à la durabilité.
Patricia Espinosa, secrétaire exécutive de la Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques, a déclaré : « Il y a une forte demande de la part de nos jeunes pour des investissements des entreprises ou du secteur public dans les technologies propres et les énergies renouvelables. Les vainqueurs dans l'économie verte seront ceux en mesure d'exploiter cet idéalisme de la jeunesse et de le combiner avec les réglementations, l'investissement à long terme, le changement culturel et l'action politique. «
L'enquête a révélé qu'environ la moitié des membres de la génération Z (46 %) ont choisi de dépenser davantage dans les produits fabriqués par des sociétés ayant un comportement durable, et 31 % ont boycotté une entreprise qu'ils perçoivent comme ayant des pratiques non durables.
Mohamed Jameel Al Ramahi, PDG de Masdar, a affirmé : « Au cours des 10 dernières années, le secteur des énergies propres est devenu l'un des marchés de croissance les plus attrayants et les plus dynamiques au monde. Si nous nous tournons vers l'avenir, les conclusions de notre étude mondiale fournissent des informations importantes sur les actions requises pour accélérer l'adoption des énergies renouvelables et des technologies propres. «

Pour de plus amples informations et pour connaître les résultats complets de l'étude, visitez www.masdar.ae/GenZSurvey

• Industrie • Btp • Tertiaire • Transport

Préventica
INTERNATIONAL
Casablanca

11 • 12 • 13 AVRIL 2017

CONGRÈS/SALON INTERNATIONAL POUR LA
MAÎTRISE GLOBALE DES RISQUES

المؤتمر و المعرض الدولي للصحة و السلامة المهنية و لحماية الأشخاص و الممتلكات

[4ÈME EDITION]

• SANTÉ/SÉCURITÉ AU TRAVAIL • SÉCURITÉ INCENDIE
• SÛRETÉ & MALVEILLANCE • RISQUES MAJEURS

Parrainage officiel
MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE, DE L'INVESTISSEMENT ET DE L'ECONOMIE NUMÉRIQUE*
MINISTÈRE DE LA SANTÉ*
MINISTÈRE DE L'ÉNERGIE, DES MINES, DE L'EAU, ET DE L'ENVIRONNEMENT
MINISTÈRE DE L'EMPLOI ET DES AFFAIRES SOCIALES
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE*
MINISTÈRE DE L'ÉQUIPEMENT DU TRANSPORT ET DE LA LOGISTIQUE

PARTENAIRES GOLD
ALOMRA
تامين الوفاء Wafa Assurance
FOIGF Maroc

* En 2016. En cours de renouvellement pour 2017

EXPOSER ET DEVENIR PARTENAIRE
+33 (0)5 57 54 12 64
INFORMATION ET INSCRIPTION GRATUITE
www.preventica.ma

communica organisation

Nouveaux matériels

TOMRA
8CUMULUS
Tomra a développé un nouveau trieur, le 5B, qui allie une conception hygiénique à une meilleure performance de détection des défauts, dans un environnement plus convivial.

www.tomra.com/fr

VENDEE CONCEPT
CALIBRA QUARTZ
La nouvelle calibreuse Calibra Quartz de Vendée Concept se distingue par sa conception hygiénique et sa précision de pesage qui varie de +/- 0. 5 g par produit.

www.vendeeconcept.com

KRONEN ET STERILAIR
LAVEUR AUX UVC

Kronen et Sterilair ont développé des laveurs de fruits et légumes aux UVc, en alternative aux produits désinfectants comme le chlore.

www.kronen.eu/fr

MESA
POMPES DEPA

Pour faciliter l'importante opération de vidange, les pompes DEPA distribuées par MESA intègrent un nouveau dispositif de vidange sur tous les modèles. Disponible en quatre tailles Ce dispositif se situe au niveau des clapets et permet un écoulement naturel du NEP en quelques minutes, tout en préservant les performances intrinsèques de la pompe. Disponibles en quatre tailles.

www.mesa.fr

SILVERSON
FLASHMIX
Avec son nouveau Flashmix, Silverson étend l'utilisation des disperseurs de poudre aux produits plus visqueux et chauds.

www.silverson.fr

ITEC
MANOVISION
Le Mano Vision, conçu par Itec et distribué en France par Industrade, permet de conditionner l'entrée en zone propre à une utilisation optimale de solution désinfectante.

www.itec.de

PROCESS ' INOX

LEADER
DES ÉCHANGEURS À PLAQUES

Nos partenaires

GEMÜ · GRUNDFOS · INOXPA · JUMO · KSB · DEFINOX · Fristam · SFR INOX · Endress+Hauser People for Process Automation · RDL PRODUCTIONS · invensys APV · Prepac · WestfaliaSurge · WILDEN · ALFA LAVAL · BSLT · PCM

El Hadika - 1er étage N°23 Aïn Sebaa Casablanca - Maroc

Tél : 212 (0)522 67 33 38/39 - Fax : 212 (0)522 67 27 31 - Mobile : 212 (0)661 42 19 53 - Email : process.inox@orange.fr

RECETTES SELON NUTELLA

PAIN PERDU AU NUTELLA

Ingrédients pour 4 personnes

- 10 tranches de pain
- 25 cl de lait
- 3 oeufs
- 150 g de sucre en poudre
- 20 g de beurre
- 4 cuil. à soupe de Nutella

Etapes de préparation

1 - Faites tiédir le lait au micro-ondes, dans une grande assiette creuse ou un plat. Mélangez-y le sucre jusqu'à ce que celui-ci soit complètement dissout.
2 - Ajoutez les oeufs légèrement battus en omelette.
3 - Faites chauffer une poêle avec le beurre.
4 - Coupez le pain en tranches d'environ 1 cm d'épaisseur. Plongez-les dans le mélange pendant 10 secondes sur chaque face, puis placez-les dans la poêle.
5 - Cuisez environ 2 min, puis retournez les tranches de pain et cuisez à nouveau 2 à 5 min. Quand le pain est bien coloré, retirez-le du feu et versez dans une assiette.
6 - Faites fondre le Nutella dans un petit bol au micro-ondes. Versez-le sur les tartines de pain perdu et dégustez immédiatement, bien chaud et croustillant.

TIRAMISU AU NUTELLA

Ingrédients pour 4 personnes

- 2,5 cuillères à soupe de NUTELLA® (100 g)
- 30 cl de café froid
- 8 biscuits à la cuillère
- 3 oeufs
- 300 g de mascarpone
- 80 g de sucre en poudre
- cacao en poudre

Etapes de préparation

1 - Mélangez les jaunes d'oeufs et le sucre jusqu'à ce que le mélange blanchisse. Ajoutez le mascarpone.
2 - Travaillez le Nutella au bain-marie jusqu'à ce qu'il soit bien ramolli.
3 - Dans un autre saladier, battez les blancs en neige puis ajoutez-les au Nutella.
4 - Imbibez les biscuits à la cuillère de café froid.
5 - Tapissez le fond des 4 verrines de biscuits.
6 - Superposez successivement une couche de crème au mascarpone avec une couche de mousse au Nutella. Remplissez les verres à ras-bord pour plus d'esthétisme.
7 - Saupoudrez de cacao en poudre et réservez au frais pendant 4 h.

GATEAU AU NUTELLA AU MICRO ONDE

Ingrédients

- 6 c. à soupe de Nutella®
- 6 c. à soupe de farine
- 6 c. à soupe de sucre en poudre
- 4 oeufs entiers
- 6 c. à soupe d'huile neutre
- 1/2 sachet de levure chimique
- 1 pincée de sel

Etapes de préparation

1 - Faites fondre le Nutella dans un bol au micro-ondes.
2 - Dans un saladier, battez les oeufs entiers avec le sucre en poudre jusqu'à ce que le mélange blanchisse.
3 - Ajoutez ensuite la farine, le sel et la levure chimique. Mélangez bien.
4 - Terminez par verser l'huile neutre et le Nutella fondu. Remuez bien jusqu'à obtenir une pâte bien lisse et homogène.
5 - Beurrez un moule rond à bords hauts et versez-y la préparation.
6 - Faites cuire le gâteau au Nutella au micro-ondes pendant 6 minutes à puissance maximale.
7 - A la fin de la cuisson, laissez tiédir quelques instants le gâteau au Nutella.
8 - Servez-le ensuite accompagné de noisettes de crème chantilly pour le dessert.

COOKIES AUX PÉPITES DE CHOCOLAT COEUR COULANT AU NUTELLA

Ingrédients

- 300 gr de farine
- 100 gr de beurre
- 2 oeufs
- 175 gr de sucre
- 1/2 sachet de levure chimique
- 1 cuillère à soupe d'extrait de vanille
- 120 gr de pépites de chocolat
- Du Nutella

Etapes de préparation

1 - Battre le beurre à température ambiante avec le sucre afin d'obtenir une consistance crémeuse.
2 - Ajoutez les deux oeufs et la vanille, bien mélangez.

3 - Tamisez la farine et la levure et ajoutez-la petit à petit à la pâte. Mélangez.
4 - Ajoutez les pépites de chocolat. Mélangez.
5 - Mettre la pâte au frais pendant 30 mn.
6 - Préchauffez le four à 180°C. Préparez une plaque avec une feuille de papier sulfurisé.
7 - Farinez bien vos mains. Prendre une noix de pâte, l'aplatir et déposez une petite cuillère de Nutella. Refermer délicatement. Déposez la petite boule sur la plaque et aplatir légèrement.
Recommencez jusqu'à épuisement de la pâte.
8 - Enfournez pour 10 min de cuisson. Le cookies doit être légèrement coloré.

Le cahier HORECA

Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

Hôtel
Le Royal Palm en fête

Vision 2020
22 hôtels de luxe au Maroc

Tourisme
Le Maroc : l'étoile montante

Restauration
Les fast goods

ÉVÈNEMENT

DINNER IN THE SKY

A l'occasion de la célébration des 10 ans du concept « Dinner in the Sky », ses créateurs David Ghysels et Stefan Kerkhofs ainsi que leurs 55 partenaires à travers le monde, dont Reda Jebbrouni, partenaire exclusif au Maroc/Afrique du Nord, ont organisé du 1er au 5 juin dernier un événement grandiose : 10 Chefs étoilés cuisinant pour 220 personnes sur 10 plateformes élevées simultanément par 10 grues dans le ciel de Bruxelles avec l'Atomium en arrière-plan, comme autant de bougies sur un gâteau d'anniversaire.

Marrakech étant réputée pour ses événements et ses soirées tendance, Reda Jebbrouni y organise pendant 4 jours, du 27 au 30 Décembre 2016, des déjeuners et diners « Dinner in the Sky » au Four Seasons.

Il organise également une soirée réveillon au Four seasons avec « Dinner in the sky » le 31Décembre 2016.

TOP 10

LES 100 CHEFS

Le magazine Le Chef a présenté son 3e baromètre professionnel Les 100 Chefs lors du cocktail d'inauguration du Chefs World Summit, réunissant un parterre d'étoilés de la gastronomie internationale à Monaco.

Pour cette 3e édition, les 534 chefs 2* et 3* du monde entier ont été sollicités.

Entre septembre et novembre 2016, ils devaient répondre, librement et anonymement, à cette question, aussi délicate et complexe que l'est la gastronomie mondiale : « Quels sont, selon vous, les 5 chefs internationaux qui portent le mieux les valeurs de la profession, créent une cuisine incontournable et chez lesquels il faut être allé ? »

Le Top 10 des 100 Chefs 2017 est le suivant :

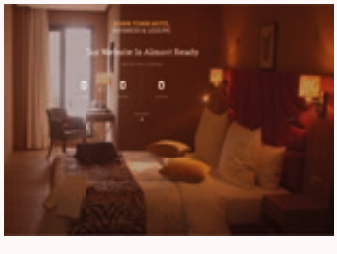
1. Alain PASSARD - L'Arpège (Paris, France)
2. Martin BERASATEGUI - Restaurant Martin Berasategui (Lasarte Oria, Espagne)
3. Pierre GAGNAIRE - Restaurant Pierre Gagnaire (Paris, France)
4. Michel BRAS - Le Suquet (Laguiole, France)
5. Seiji YAMAMOTO - Nihonryori Ryugin (Tokyo, Japon)
6. Éric FRECHON - Épicure (Paris, France)
7. Jonnie BOER – De Librije (Zwolle, Pays-Bas)
8. Rene REDZEPI - Noma (Copenhague, Danemark)
9. Emmanuel RENAUT - Flocons de Sel (Megève, France)
10. Joan ROCA - El Celler de Can Roca (Gerona, Espagne)

L'essentiel de ce nouveau panorama de la gastronomie international en bref : l'arrivée de trois nouveaux Chefs : Alain Passard, qui fait son entrée directement à la première place, Jonnie Boer (7e) et Rene Redzepi (8e), qui font figurer pour la première fois les Pays-Bas et le Danemark dans le Top 10.

www.lechef.com

OUVERTURE

DOWNTOWN HOTEL



Un emplacement idéal en plein cœur du quartier des affaires de Casablanca et à quelques mètres de nombreux restaurants, galeries d'art et boutiques de mode.

Une parenthèse de calme et de détente au milieu de l'effervescence du quartier le plus animé de la capitale économique.

Un cadre cosy, aux couleurs apaisantes et aux lignes épurées.

Une large gamme de services inédits et flexibles pour vous faciliter la vie.

L'endroit parfait pour séjours d'affaires, vacances en famille, ou encore une escapade romantique.

D'une superficie de 50 à 70 m2 les 2' suite «écolo» allient style urbain et équipements modernes.

14 rue Quadi Lass - Maarif - Casablanca
05 22 99 66 63

SALON DE L'ÉQUIPEMENT, DE LA DÉCORATION, DU DESIGN ET DE L'ART DE VIVRE

Hospitality Style

DU 12 AU 15 AVRIL 2017
À L'ESPLANADE BAB JDID - MARRAKECH

4ÈME ÉDITION

Une équipe à votre service

Adil Karim
Directeur Business Unit
Tél. : +212 (0) 5 22 27 43 35
GSM : +212 (0) 6 61 39 71 57
+212 (0) 6 61 97 53 11
adil.karim@reedexpo.fr

Sanaa Iguerwane Benjelloun
Directrice de Projets
Tél. : +212 (0) 5 22 46 54 51
GSM : +212 (0) 6 61 42 65 93
sanaa.iguerwane@reedexpo.fr

Ghita Chaouki Benchekroun
Responsable Commerciale
Tél. : +212 (0) 5 22 46 54 52
GSM : +212 (0) 6 61 43 19 36
ghita.chaouki@reedexpo.fr

Sous l'égide du Ministère du Tourisme

MAROC

Partenaires Institutionnels :

C.N.T

FNRH

Reed Exhibitions Morocco

MAROCOTEL

BOCUSE D'OR 2017

ASSIETTE 100% VÉGÉTALE

Dans sa quête passionnée et attentive d'une cuisine en phase avec son temps, le Bocuse d'Or, à l'occasion de ses 30 ans, a décidé de mettre en lumière le végétal.
Les candidats de la finale 2017 devront, pour le thème assiette, réaliser une création 100 % végétale, composée exclusivement de fruits, légumes, céréales, graines ou légumineuses.
Les candidats doivent réaliser une recette présentée sur 14 assiettes sur le thème du végétal, la préparation peut être chaude, froide ou les deux.
Ils doivent sélectionner leurs ingrédients parmi les 146 produits proposés par le Marché Metro, Fournisseur Officiel du plat végétal, dans une liste composée de fruits, légumes, céréales, graines et légumineuses.
Les candidats ont la possibilité d'utiliser 2 produits supplémentaires, représentatifs de leur pays qui ne seraient pas proposés par le Marché Metro. Ils peuvent ainsi représenter leur héritage culturel dans leur assiette. Pour rappel, la spécificité et originalité géographique du thème assiette représente 20 % de la note du thème assiette.
Les huiles vierges naturelles de fruits pressés sont autorisées, ainsi que les épices et gélifiants végétaux. Les candidats ne pourront pas utiliser dans leur préparation : les huiles parfumées, le beurre, le fromage et tout autre produit laitier.
Les candidats ont un mois pour imaginer leur recette et l'envoyer au Comité International d'Organisation avant le 30 décembre 2016.

Bocuse d'Or, 24-25 janvier 2017

DISTINCTION

TIGMIZA

Crée en 2003, Le Prix Villégiature Awards distingue les plus beaux hôtels du monde avec un jury composé de 23 grands journalistes de la presse mondiale. Le 17 Octobre dernier, le Tigmiza Marrakech, membre du label de boutique-hôtels TemptingPlaces, a été élu « Meilleur Hôtel en Afrique » lors de la cérémonie officielle qui s'est tenue à Paris.
Cette distinction du Tigmiza Marrakech le place comme la référence incontournable du continent africain. Véritable écrin de luxe raffiné et exotique, le Tigmiza Marrakech est le boutique-hôtel de rêve par excellence, comme le témoigne son affiliation au très pointu label hôtelier TemptingPlaces.
Tigmiza Marrakech a été végalement nommé dans la catégorie «Meilleure communication interactive hôtelière dans le monde» pour son expérience client absolument hors du commun qui ne cesse de s'améliorer. Une nomination que l'on doit aussi à l'agence Eliophot qui les accompagne depuis plus de 2 ans.

www.hotel-tigmiza-marrakech.com

NOMINATION

AUX SPAS FOUR SEASONS MAROC

Four Seasons Resort Marrakech et Four Seasons Hotel Casablanca sont heureux d'accueillir leur nouveau Spa Directeur, Pedro Manuel Folha Catarino. Dans l'exercice de ses fonctions, Pedro Manuel chapotera les équipes de Marrakech et Casablanca. Dans le cadre de sa nouvelle mission, Pedro prendra sous son aile une équipe constituée de thérapeutes qualifiées relatifs aux deux établissements. Il supervisera également les menus des soins incluant massages, traitements, fitness, expériences yoga, les rituels marocains personnalisés ainsi que les programmes saisonniers.

Pedro a récemment quitté sa position de Directeur du Wellness au SHA Wellness Clinic à Alicante, en Espagne, où il était à la tête d'une équipe composée de 48 thérapeutes avec lesquels il a développé de nouveaux traitements et mis en place un menu répondant au mieux aux différents besoins de ses clients.

Informations : 05 29 073 700

COMPÉTITION

TOP CHEF ARABE

Le Marocain Issam Jaâfari vient de remporter l'édition 2016 de la plus grande compétition de cuisine du monde arabe, Top Chef Arabia, diffusée sur internationale MBC1.

Il a remporté une voiture « Cadillac » et un prix de 820.000 dirhams marocains. Il participera à la plus grande Foire de la Gastronomie du monde arabe et bénéficiera d'une couverture médiatique à l'échelle mondiale.

En 2012, il avait été le premier Marocain à participer au Bocuse d'or. Il travaillait alors au Palais Saadi à Marrakech.

Il oeuvre actuellement au Kenzi Tower Hotel de Casablanca.

Renseignements : 05 22 978 000

VISION 2020

22 hotels de luxe au maroc

Le Maroc se prépare à réaffirmer sa position de leader en tant que destination de luxe en Afrique avec l'ouverture de 22 magnifiques hôtels et parcs hôteliers en 2017.

L'énorme boom de l'hébergement qu'on observe à l'échelle nationale se concrétisera par une offre de 3.171 chambres et suites cinq-étoiles faisant ainsi du Royaume la principale destination touristique du continent en accueillant plus de 10 millions de visiteurs par an.

De l'hôtel Tazi Palace rénové, à Tanger, aux nouveaux hôtels Oberoi et Park Hyatt de Marrakech, les ouvertures d'hôtels marquent ce que les experts considèrent comme la première étape de la Vision 2020 qui vise à attirer 20 millions de touristes par an d'ici 2020.

Dans un rapport exclusif commandé par dmg events, qui réunit designers et architectes d'intérieur africains et internationaux à INDEX North Africa à Casablanca, des chercheurs de TOPHOTELPROJECTS ont découvert qu'il y a 52 projets de construction d'hôtels prévus au Maroc, et que ces hôtels ouvriront tous leuss portes d'ici la fin de 2020.

Samantha Kane-Macdonald, directrice de l'événement, INDEX, a dit : « Le message de ce rapport est simple : le Maroc se prépare à rivaliser avec les principales destinations touristiques du monde. Notre recherche a révélé qu'il est maintenant seulement derrière les Émirats Arabes Unis et l'Arabie saoudite quand il s'agit de projets de construction hôtelière au Moyen-Orient et en Afrique.»

Lancé par l'office du tourisme en 2010, Vision 2020 est axé sur l'optimisation de la qualité de l'hébergement offert ainsi que l'expérience des touristes à travers le Maroc. Les ouvertures prévues pour 2017 correspondent à cette vision, avec des résidences de luxe

L'hôtel Tazi Palace rénové à Tanger est l'une des 22 ouvertures d'hôtels de luxe prévues pour 2017 que les experts considèrent comme la première étape de la Vision 2020 du Maroc

allant des boutique-hôtels ruraux comme le Grace Marrakech au pied des montagnes de l'Atlas, à l'énorme Shaza Marrakech de 200 chambres et de l'Hôtel Rabat Marriott.

Plus tôt cette année, Lahcen Haddad, ministre marocain du tourisme, a déclaré : « Le tourisme est un signe de richesse, une source d'emploi, une voie pour l'ouverture du Maroc à l'extérieur ainsi qu'un moyen pour le Maroc d'attirer les investissements. »

« Le tourisme et l'industrie hôtelière sont l'espoir pour l'avenir de l'économie mondiale, non seulement car ils créent des emplois et de la richesse, mais aussi pour l'unité mondiale. Afin que les gens puissent se réunir et mieux se comprendre, nous devons promouvoir le tourisme. Investissons dans le tourisme et l'industrie hôtelière. »

C'est cet investissement considérable qui encourage Kane-Macdonald. La directrice d'INDEX d'ajouter : « Cette croissance offre une immense marge de manœuvre à la construction locale, et aux entreprises d'architecture et d'intérieurs qui souhaitent s'impliquer dans certains des projets majeurs d'hôtellerie, non seulement en Afrique, mais partout dans le monde. »

INDEX North Africa, qui s'est déroulé début décembre au Parc des Expositions de l'Office des Changes, à Casablanca, a eu pour but d'offrir aux professionnels africains du design un endroit pour se rencontrer et faire affaire avec des fournisseurs

de produits intérieurs internationaux qui cherchent à profiter du marché en plein essor du pays ainsi que du continent.

Architectes, décorateurs, promoteurs immobiliers, acheteurs et ingénieurs qui travaillent sur des projets hôteliers, des projets de commerce de détail, des projets commerciaux et résidentiels, ont pu lier des partenariats commerciaux. Ils ont pu trouver tout ce dont ils avaient besoin pour équiper tous leurs projets.

Pour de plus amples informations sur tous les aspects de l'événement visitez www.indexnorthafrica.com

Vision 2020

Le Maroc, étoile montante de la planète tourisme

Depuis le début de la décennie, sous l'impulsion de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, le Royaume du Maroc est engagé dans une transformation profonde et accélérée dans tous les domaines, politiques, économiques, sociaux et culturels notamment, avec l'ambition de construire un pays moderne, démocratique et solidaire, arrimé à l'Europe et ouvert sur le Monde, qui progresse rapidement et harmonieusement, et qui ne néglige aucune des composantes du développement.

Par l'ambition, la pertinence et la cohérence de la vision stratégique présentée au début de la décennie, par sa ténacité ensuite dans le déploiement de cette vision, par les performances réalisées enfin, le Maroc s'est imposé dans le paysage touristique mondial comme l'une de ses étoiles montantes.

Une performance mondiale remarquable

Le nombre de touristes internationaux se rendant au Maroc est passé de 4.4 en 2001 à près de 9.3 millions en 2010, soit une croissance annuelle moyenne de 8.7%, très supérieure à la moyenne mondiale.

Le Maroc a de fait atteint 93 % de l'objectif qu'il s'était fixé en 2001 dans le cadre de la Vision 2010, confirmant ainsi sa capacité à changer durablement de rythme de croissance.

Il n'est pas exclu que le Maroc occupe le 25ème rang mondial au terme de l'année 2010 avec ses 9.3 millions de visiteurs, gagnant ainsi 12 places au cours de la décennie et enregistrant la 8ème performance mondiale en terme de progression dans le classement mondial.

Enfin, parmi les destinations méditerranéennes, le Maroc s'est imposé sur les dix dernières années comme le leader en termes de gains de parts de marché en Europe de l'Ouest.

Par l'ambition, la pertinence et la cohérence de la vision stratégique présentée au début de la décennie, par sa ténacité ensuite dans le déploiement de cette vision, par les performances réalisées enfin, le Maroc s'est imposé dans le paysage touristique mondial comme l'une de ses étoiles montantes.

Une contribution décisive aux grands équilibres macro-économiques

Grâce à ses performances, le Tourisme est devenu sans conteste le premier secteur de l'industrie marocaine, contribuant désormais de manière décisive aux grands équilibres macro-économiques.

1er contributeur à la balance des paiements

Entre 2001 et 2010, les recettes touristiques (hors transfert des Marocains Résidents à l'Etranger) sont passées de 29 à plus de 56 milliards de dirhams, soit un taux de croissance de 7.5% par an.

Les revenus issus du tourisme sont

devenus ainsi la première source de devises du pays, devant les transferts des MRE, et loin devant les autres secteurs de l'économie (phosphate, textile...).
Par ailleurs, le niveau élevé de dépense par nuitée touristique, près de deux fois supérieure à celle des autres destinations du sud du pourtour méditerranéen, atteste du positionnement haut de gamme de la destination Maroc.
Enfin, sur l'ensemble de la décennie, les recettes touristiques cumulées ont atteint 440 milliards de dirhams, soit 91% des montants programmés en 2001 par la Vision 2010 (485 md).

Deuxième contributeur au PIB national

En termes de production de richesses, le Produit Intérieur Brut du secteur du tourisme est passé de 31 à près de 60 milliards de dirhams entre 2001 et 2010, soit une croissance annuelle moyenne de 7.6%, supérieure à celle de l'économie dans son ensemble, et ce dans un contexte de développement national accéléré. Ainsi, la part du Tourisme dans le PIB national a gagné deux points à 8% environ contre 6% au début de la décennie.

Deuxième créateur d'emplois

Cette dynamique a eu un impact socio-économique important, puisque le secteur représente désormais près de 450.000 emplois directs, avec une hausse de 40% du nombre d'emplois durant la décennie.
Le Maroc a notamment enregistré la plus forte création d'emplois parmi les pays du pourtour méditerranéen, à l'exception de l'Egypte.

Les ruptures de la Vision 2010

Les performances touristiques du Maroc sur le plan international, ainsi que l'importance prise par le Tourisme au sein de l'économie marocaine depuis dix ans, découlent directement de la volonté politique d'ériger le secteur en priorité nationale et en particulier de la puissante dynamique déclenchée par le Discours de Sa Majesté le Roi, lors du lancement officiel de la Vision 2010, à l'occasion des premières Assises du Tourisme de Marrakech le 10 janvier 2001.

Un dispositif de promotion renforcé et professionnalisé

En premier lieu, conformément aux engagements pris en 2001, le budget de l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT) s'est inscrit en progression continue tout au long de la décennie, atteignant 550 millions de dirhams en 2010. Surtout, au fil de ces années, à la faveur d'une professionnalisation croissante de ses effectifs et de ses méthodes de travail, l'ONMT est devenu un outil efficace et performant pour assurer le marketing et la promotion du tourisme marocain, contribuant significativement aux performances réalisées, à travers, notamment, l'étude approfondie des principaux marchés émetteurs, l'analyse du comportement et des attentes des touristes européens, le dynamisme de ses principales délégations à l'étranger, la qualité des actions de communication ou de relations publiques orchestrées sur les marchés émetteurs ou au Maroc.

Un ciel libéralisé (Open Sky)

En second lieu, conformément au programme 2010, le Maroc a, en 2005, été le premier pays à signer des accords

d'«Open Sky » avec l'Union Européenne. L'ouverture du ciel a provoqué une explosion de la desserte aérienne (14% de croissance annuelle), avec près de 4300 rotations hebdomadaires en 2009 contre à peine 2000 en 2003, ainsi qu'une forte baisse du prix des billets d'avion et, par la suite, une accessibilité accrue des principales régions touristiques du pays, en particulier, l'entrée sur le marché de nouvelles compagnies aériennes nationales et internationales, positionnées « low cost », a favorisé le décollage de Marrakech, devenue depuis la première destination touristique africaine, et l'émergence de nouvelles destinations comme Fès et Tanger.
Enfin, la compagnie nationale, Royal Air Maroc, malgré un contexte concurrentiel renforcé, a pleinement bénéficié de cette ouverture, en augmentant de 80% environ le nombre de ses rotations hebdomadaires, tout en parvenant à préserver une part de marché de 42% contre 54% avant l'ouverture du ciel.

Un système de formation dynamisé

En troisième lieu, pour accompagner la forte croissance du secteur dans son ensemble, une politique volontariste de formation des ressources humaines, impliquant le Ministère du Tourisme, l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT), les acteurs privés de la formation, en coordination avec les Professionnels du secteur, a permis d'accroître notablement le nombre de lauréats : 12.300 personnes formées en 2010 contre 2000 en 2001. Cette dynamique d'ensemble a été impulsée par une formidable mobilisation du secteur dans sa globalité, acteurs publics et privés confondus, dans le cadre de la Vision 2010.

Développement soutenu des capacités

Parallèlement au développement de la desserte, les capacités hôtelières ont connu une forte croissance, passant selon les dernières estimations de 97000 lits en 2001 à 178000 lits en 2010, soit une progression de 81000 lits sur la période.

L'objectif 2010 de 230000 lits n'a pas été atteint, mais en intégrant les capacités en projet, notamment celles qui ont fait l'objet de conventions d'investissement signées avec l'Etat, l'offre dépasse très largement l'objectif initialement fixé.

Cette forte hausse est liée particulièrement à l'essor de l'hôtellerie de catégorie supérieure (hôtels 4* et 5*, villages de vacances touristiques, ryads...) notamment à Marrakech. Cette dynamique de croissance a permis au Maroc d'assurer une première diffusion territoriale de son offre touristique, grâce notamment aux premières stations du Plan Azur et au développement des produits de niche en milieu rural.

Forte dynamique d'investissement La croissance des capacités a été soutenue par une augmentation importante des investissements nationaux et internationaux dans le secteur. Ainsi, le tourisme s'est hissé parmi les trois premiers secteurs en termes d'investissements directs étrangers, preuve de l'attractivité du secteur touristique et de la confiance que les grands opérateurs internationaux portent à son futur développement.

L'émergence d'une nouvelle économie touristique nationale

Nouveaux opérateurs

En dernière analyse, le développement soutenu du secteur touristique s'accompagne de l'émergence d'une nouvelle génération d'opérateurs nationaux qui participent à la modernisation et à la compétitivité du secteur: fonds d'investissements touristiques, aménageurs-développeurs de stations intégrées, opérateurs, compagnies aériennes low cost, agences réceptrices...

A leur tour, les acteurs internationaux du tourisme, gestionnaires hôteliers, tour opérateurs, compagnies aériennes, sont nombreux à s'implanter au Maroc, contribuant à renforcer le savoir-faire, l'accessibilité et la visibilité du secteur sur la scène internationale.

Premiers jalons d'une nouvelle gouvernance

Le développement touristique national réalisé au cours de la dernière décennie a également permis de poser les premiers jalons d'une nouvelle gouvernance du secteur dans le cadre de la concertation et du partenariat public-privé définis comme principes fondateurs par la Vision 2010, même si certains résultats obtenus en la matière restent assez éloignés des attentes initiales et n'ont pas dans l'ensemble donné entière satisfaction aux différentes parties:

- Modernisation de l'ONMT, recentré sur son métier de promotion nationale et doté de moyens conséquents pour mener à bien sa mission
- Création par le Ministère du Tourisme de la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT) pour soutenir et orienter le développement de l'offre, assurer également le suivi des grands projets de la Vision 2010, notamment le plan Azur
- Création des Conseil Régionaux du Tourisme, instances regroupant les professionnels privés, les élus et les autorités locales, pour poser les premières bases d'une gouvernance locale
- Création de l'Observatoire du Tourisme, pour professionnaliser la publication de statistiques et d'études
- Tenue annuelle des Assises du Tourisme pour effectuer le bilan des réalisations et débattre des priorités à venir.

Remerciements au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat
Département du Tourisme

Tendance fast-good

Marre du fast food? Voilà un concept qui devrait ravir les gastronomes. Le «fast-good» met en effet saveur et équilibre au menu du jour. Le concept prône alimentation saine et équilibrée même pour un repas sur le pouce

Après le buzz des food trucks, on assiste à la montée en puissance d'une nouvelle tendance : le fast good, un concept qui permet de manger vite (« fast ») et bien (« good ») ! C'est une restauration rapide qui joue la carte gourmande, et allie fraîcheur et tendance!

La tendance

Elle prend de l'ampleur depuis une dizaine d'années. Son origine ? Le rejet par un nombre croissant de consommateurs et de professionnels des effets négatifs de l'alimentation rapide de type Fast Food, qui a explosé dans les années 90, sur la santé et le bien-être. Leur nouveau credo : on peut manger vite, mais sain, naturel et équilibré. Et en continuant à se faire plaisir.

Le concept

Le concept tourne autour de l'alimentation saine : des plats du jour ou des portions prêtes à consommer (salades craquantes : frisées aux fruits secs, saupoudrées de parmesan ou de riz blanc, algues sèches et mâche, lasagnes de légumes...), ou de l'ultra-spécialisation (le green burger, les pâtes, le gyoza, la cuisine au wok...), des salades ou des sandwichs sucrés et/ou salés composés à la demande, côté boisson, les jus de fruits classiques ont cédé la place aux smoothies : coco/mandarine, fraise/banane, onctueux et frais... Depuis, leur croissance est exponentielle.

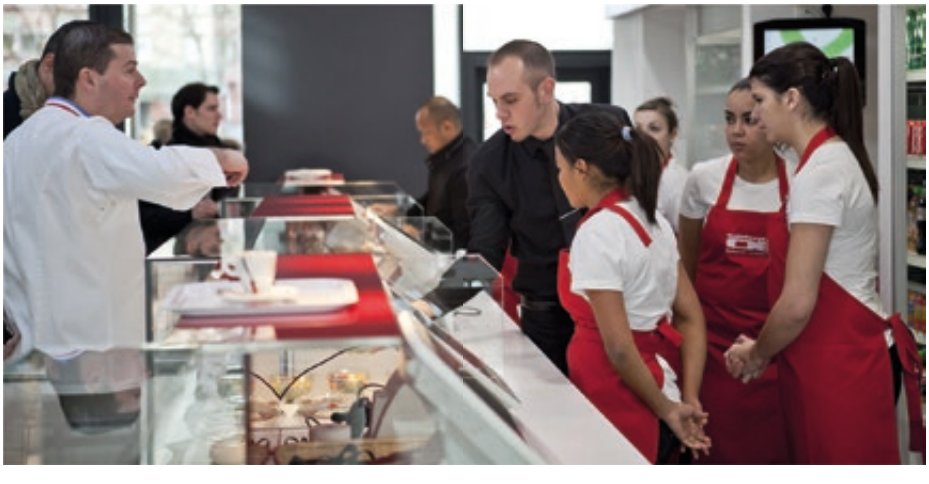
Les principes

- De l'équilibre : un repas complet, même pris sur le pouce, doit contenir légumes et fruits, mais aussi féculents, protéines, huile, graisses et sucres en quantité raisonnable.
- Des aliments naturels et sains : la priorité est donnée aux produits du terroir, aux variétés de qualité, aux fruits et légumes cueillis à maturité.
- Du bio et de l'agriculture locale : les partisans du « Fast Good » privilégient les fruits et légumes de saison, et l'approvisionnement direct chez des producteurs régionaux. Pour leur qualité, bien sûr, mais aussi dans une optique de développement durable. Cela dit, contrairement au Slow Food, ils ne s'interdisent pas l'utilisation raisonnable de produits exotiques, de caractère, venus de loin.
- De la fraîcheur et du goût : c'est un peu la synthèse des précédents. Le « Fast Good », c'est retrouver la qualité originelle des produits et mettre en valeur leurs qualités gustatives à travers des recettes simples.

Ce concepts de restauration rapide surfe sur 3 grandes tendances :

- Des envies de frais, de sain et d'équilibré : L'argument santé fait de plus en plus recette dans les nouveaux concepts de restauration rapide. Et

Précurseur infatigable, le triple étoilé Paul Bocuse, lance dès 2008, à Lyon, Ouest Express, un concept de restauration rapide à consommer sur place ou à emporter. Ouvert 7 jours sur 7, de 7 heures du matin à minuit, les trois restaurants de Lyon et Villefranche-sur-Saône installés à proximité de zones de flux (bureaux, gares, multiplexes) obéissent à une logique de volumes et servent chacun de l'ordre de 800 à 1.000 commandes par jour. Pour 13 euros, les clients ont droit au César Rossini, un burger à la viande limousine et foie gras plus salade. Pour faire revenir les clients à l'heure du goûter, Ouest Express a aussi mis sur sa carte crêpes et gaufres.



Ce concept plébiscité par les palais pressés mais gastronomiquement avertis, a également séduit de grands chefs étoilés : Paul Bocuse à Lyon, Marc Veyrat à Paris, ou Ferrán Adriá à Madrid, ont ouvert des annexes de leurs restaurants dédiés à la restauration rapide mais saine et utilisant de bons produits.

si pendant longtemps manger vite était aux antipodes du manger bien, désormais les choses changent.

- Des envies d'authentique : Produits régionaux ou produits exotiques venus d'ailleurs, le client plébiscite de plus en plus les produits de caractère, qui ont le goût de l'authentique pour déjeuner sur le pouce.
- Des envies de subtilités culinaires:

En réaction à la crise mais aussi à la standardisation des goûts, les consommateurs sont de plus en plus enclins à s'offrir un « petit plaisir » haut de gamme de temps à autre pour changer de l'ordinaire. Face à cette demande particulière, les restaurateurs de fast good sont soucieux d'offrir des menus extra-ordinaires à leurs clients.

Du concret

Certains vous proposent ainsi de déguster des produits frais et locaux: salades de pâtes, protéinées ou végétariennes, soupes fraîches faites maison, sandwiches variés (fusion, tandoori, fromager...) sans oublier les desserts gourmands pour finir sur une note délicatement sucrée.

D'autres mises sur le bien-être avec des recettes gourmandes et légères élaborées en collaboration avec un nutritionniste : sandwiches à base de pain bio en format mini, club ou toastés, salades créatives, tartes salées...

Les chefs ont, eux mêmes, succombés à cette nouvelle mode. Ils proposent une cuisine gastronomique à des prix très doux. Et chacun y va de sa spécificité avec

une restauration rapide de chefs en barquette, ou en bocaux comme dans un bistrot rapide parisien, le Boco, qui propose l'œuf moelleux, lentilles fondantes et oignons rouges d'Anne-Sophie Pic, la marinade de maquereau et caviar d'aubergines de Gilles Goujon, le Mont-Blanc marron et marmelade de cassis de Christophe Michalak.

Le point commun de ce nouveau mode de consommation est l'exigence de qualité à un prix accessible.

Pavailler
innove avec
Rubis Neo
le **premier** four à soles modulaire
3 en 1 Pâtisserie Boulangerie Pizzas

Sté SIGNATURE FSE
11, Rue Yalla El Ifrani
Quartier Racine
20100 Casablanca
Tel : **05 22 94 14 24** / **06 61 44 40 45**

Compacte, la gamme propose 3 types de modules pour la même surface au sol :

- **pâtisserie fine** : tôle noire à picots et buée en option
- **boulangerie** : sole traditionnelle, buée et option élevateur / enfourneur
- **pizzas** : sole spéciale, haute température

Ces 3 modules peuvent être panachés entre eux pour obtenir un four polyvalent ou bien totalement dédié à l'une ou l'autre de ces activités.
Le modèle Rubis Neo R4 permet d'empiler jusqu'à 4 étages au dessus d'un piètement avec glissières ou une étuve. Un faux caisson permettra de réserver l'un d'entre eux pour une **évolution ultérieure**.
Rubis Neo R4 est un four à soles modulaire électrique de **4 plaques** 400x600 ou 460x660mm. Les modèles R2, R3 et R6 seront commercialisés prochainement.

Les Fêtes de Fin d'année au Royal Palm Marrakech

L'Atlas majestueux recouvert de neige, un air cristallin, des jardins verdoyants et au milieu de ce conte d'hiver, le Royal Palm Marrakech. Tel est le décor, cette année, pour une célébration exceptionnelle des fêtes de fin d'année.

À l'occasion de cette période festive, l'hôtel se met sur son trente-et-un et vous plonge dès votre arrivée dans la magie de Noël et de la Saint-Sylvestre. Côté gastronomie, attendez-vous à des envolées culinaires avec des saveurs de fêtes, ou encore des dégustations de cocktails signature.
Pour vos après-midis, le rendez-vous à ne pas manquer est ceux des High Tea Time, délectez vous des pâtisseries et de la sélection de thé au coin des cheminées.

Dîner de Noël au caravane

ENTRÉE

Velouté de potiron, copeaux de châtaignes, crème légère aux huiles de truffe blanche (210 DH)
Tourte chaude volaille et truffe noire (380 DH)
Terrine de foie gras truffée (360 DH)
Pomme charlotte au caviar d'aquitaine, garniture mimosa, crème citronnée et ciboulette 30g (1400 DH)

PLAT

Homard bleu de nos côtes, polenta crémeuse truffée et épinards (650 DH)
Filet de boeuf, sauce périgueux, purée à la truffe (550 DH)
Volaille fermière truffée sous la peau à la rôtisserie, marrons glacés au jus de truffe (1.200 DH)

DESSERT

Sélection de bûches de noël de notre chef pâtissier (170 DH)

A l'occasion des fêtes de fin d'année, l'hôtel 5* propose pour l'occasion un riche éventail d'activités pour les grands et les petits à vivre en couple ou en famille, pour des moments de retrouvailles inoubliables.

Soins inédits au Spa by Clarins, diverses compétitions, tournoi de golf, ballade à dos de drodhaire, tout est mis en place pour créer une atmosphère vibrante durant cette période.

Pour le soir du réveillon, une mission vous sera confiée sous le nom de code : Opération Royal Palm.
Au programme : une soirée pleine de re-BOND-issements placée sous le signe de l'agent secret le plus célèbre de la planète. Votre soirée sera animée, au Caravane, par la sublime Goldsinger007

Menu de la Saint Sylvestre au Caravane

ENTRÉE
Langouste tiédie sur une royale de foie gras, émulsion légère d'un martini dry

POISSON
Dos de bar rôti, cèleri cuit comme un risotto aux truffes noires, jus de cresson

VIANDE
Coeur de filet de boeuf sauce poivrade, artichaut et châtaignes

DÉSSERT
Diamant de neige

3.000 DH par personne.
(hors boissons)

Menu de la Saint Sylvestre au Al Aïn

AMUSE BOUCHE

Gambas et tomate en délicate gelée au cumin écume de coriandre

ENTRÉE

Foie gras mariné aux épices marocaines, chutney de fruits et macaron citron confit

POISSON

Blanc de turbot en croûte de châtaigne, topinambour vanillée et émulsion lait d'amande

PLAT

Tride de pigeonneau voile truffé et cuisses croustillants

DÉSSERT

M'hancha aux amandes, glace au parfum d'argan

Thé à la menthe, cornes de gazelle royal palm

2.000 DH par personne

(hors boissons)

qui vous proposera un cocktail musical explosif, véritable best of live des plus célèbres chansons qui ont marqué la saga de «Skyfall » en passant par «Diamonds are forever», «Goldeneye» et bien d'autres surprises!

Le restaurant marocain, Al Ain vous invite à une évasion dans l'univers des mille et une saveurs sur fond de musique andalouse. Poursuivez ensuite votre soirée au bar et laissez-vous émerveillez par un feu d'artifices d'exception, en guise de prémices d'une année 2016 pleine de succès et de joie.

La soirée continuera au côté de Jerrika et ses musiciens qui enflammeront la piste de danse.

Le lendemain, 1er jour de l'année 2017, rien de tel que la Garden Party dans un cadre idyllique au pied de l'Atlas enneigé, entouré de jardins verdoyants, une mise en scène unique, des buffets variés de délices gourmets répartis tout au long d'une piscine de 100 mètres, stations de show cooking et buffets international et pour couronner le tout Jerrika, et ses musiciens, accompagnera de sa voix enchanteresse votre après midi dans une ambiance festive.

ES SAADI

POUR UN 31 DÉCEMBRE INOUBLIABLE ...

CROISIÈRE LUXUEUSE DANS LES ANNÉES 20

Embarquez pour un voyage dans le temps à bord d'un Transatlantique des Années Folles. L'équipe du Es Saadi aura le plaisir de vous accueillir dans un lieu magique à bord de ce luxueux paquebot, voguant entre cuisine de la mer et spectacle musical.

A partir de 20h30
2 500 DH - Coupe de minuit incluse
Bar Égyptien - Palace Es Saadi

UNE SOIRÉE AUX COULEURS ET SAVEURS DU MAROC

La Cour des Lions vous invite dans un décor digne des Mille et Une Nuits, à la découverte de la gastronomie marocaine.
Cette myriade de saveurs, composée par le célèbre chef Fatéma Hal, saura ravir vos papilles.

A partir de 20h30
2 500 DH - Coupe de minuit incluse -
La Cour des Lions - Palace Es Saadi

SWINGING BLACK TIE DINNER

Dans une ambiance musicale élégante et très jazzy, le restaurant

gastronomique de l'Hôtel vous propose de fêter le réveillon autour d'un cocktail-apéritif, suivi d'un dîner de gala raffiné.

Cocktail-apéritif de 19h30 à 20h30
Dîner à partir de 20h30
1 800 DH (adultes) - 900 DH (enfants de moins de 12 ans)
Boissons non incluses / Drinks not included
Le Saadi - Hôtel Es Saadi

UNE NUIT DANS LE JARDIN D'EDEN

L'Épicurien inaugure la soirée par un subtil mélange entre mixologie de fruits interdits et déguisements dans une atmosphère bucolique séduisante. Prenez place à la table du Chef pour un dîner en 3 temps et découvrez les surprenants élixirs de notre barman.

L'ambiance musicale sera assurée par le groupe Live «Kech Experience».

De 20h à 4h
Restaurant L'Épicurien
1 950 DH - Coupe de minuit incluse
1 000 DH - La bouteille de champagne en prévente

UNE NOUVELLE ANNÉE HAUTE EN COULEURS

Poursuivez votre nuit au Theatro et inaugurez la nouvelle année avec des émotions fortes ! Depuis son ouverture, la philosophie du Theatro est restée intacte : sans cesse réinventer la fête, en proposant des shows avec des performers uniques.

De Minuit à 5h
Prévente : 500 DH + 2 boissons
Sur Place : 500 DH + 1 boisson

FIÈREMENT PRODUITS AU MAROC.
LIVRÉS DANS LE MONDE ENTIER.

Leader mondial du transport maritime par conteneur, le Groupe CMA CGM appuyé par ses marques CMA CGM et OPDR, est le premier vecteur des exportations de produits de la pêche et de l'agriculture marocaines grâce aux 26 lignes maritimes à la couverture mondiale, principalement vers l'Europe, la Russie, le Moyen Orient et l'Afrique. Aujourd'hui, le Groupe renforce son offre de services avec 6 lignes régulières reliant le Maroc à l'Europe.

OPDR
SHIPPING SINCE 1882

AGADIR : +212 528 389 841
CASABLANCA : +212 522 454 010

CMA CGM

AGADIR : +212 528 389 818 / 820
CASABLANCA : +212 522 458 633 / 728
TANGER : +212 539 348 260

Performance

Améliorer ma productivité partout où je travaille

My Orange Office

Découvrez la solution cloud pour les professionnels
ma.myorangeoffice.com

orange™

Vous rapprocher de l'essentiel